



Vers un tourisme durable en Tunisie : le cas de l'île de Djerba

Abderraouf Dribek

► To cite this version:

Abderraouf Dribek. Vers un tourisme durable en Tunisie : le cas de l'île de Djerba. Economies et finances. Université de Bretagne occidentale - Brest, 2012. Français. NNT : 2012BRES0080 . tel-01216554

HAL Id: tel-01216554

<https://theses.hal.science/tel-01216554>

Submitted on 16 Oct 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



université de bretagne
occidentale



THÈSE / UNIVERSITÉ DE BRETAGNE OCCIDENTALE

sous le sceau de l'Université européenne de Bretagne

pour obtenir le titre de

DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ DE BRETAGNE OCCIDENTALE

Mention : Sciences économiques

École Doctorale Sciences de la Mer

présentée par

Abderraouf DRIBEK

Préparée à l'Institut Universitaire Européen
de la Mer

« Vers un tourisme durable en Tunisie : le cas de l'île de Djerba »

Thèse soutenue le 25 juin 2012

devant le jury composé de :

Jean Marie MIOSSEC

Professeur à l'Université Paul-Valéry, Montpellier III/
Président du jury/Rapporteur

Abdelaziz GHABRI

Professeur à l'Université de Tunis, Tunisie/
Rapporteur

Thierry SAUVIN

Maître de Conférences, Université de Bretagne Occidentale/
Examineur

Denis BAILLY

Maître de Conférences, Université de Bretagne Occidentale/
Co-encadrant

Hervé THOUEMENT

Maître de Conférences, HDR, Université de Bretagne Occidentale/
Directeur de thèse

L'université de Bretagne Occidentale n'entend donner aucune approbation, ni improbation aux opinions émises dans la thèse. Ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

Remerciements

Cette thèse est le fruit de quatre années de travail durant lesquelles j'ai pu bénéficier de la culture provenant du milieu **universitaire et professionnel**. Evidement, bien que ce travail soit personnel, beaucoup de personnes y ont largement contribué que ce soit directement ou indirectement.

Je tiens à exprimer ma reconnaissance et ma profonde gratitude à l'égard de mon directeur de recherche : Hervé Thouément pour ses remarquables qualités d'organisateur, son dynamisme, sa très grande disponibilité et aussi pour sa généreuse hospitalité. Je lui suis particulièrement reconnaissant de m'avoir laissé un temps la bride sur le cou, me permettant de laisser peut-être trop longtemps mes recherches et d'avoir su, dans la dernière année, recadrer ma réflexion et d'en avoir favorisé, avec finesse et fermeté, sa conclusion. Ses encouragements continus ont été, pour moi, d'une aide inestimable. Malgré ses très lourdes charges, il a annoté avec régularité les différentes versions du manuscrit, avec une pertinence qui témoigne à la fois d'un souci de l'exactitude et de la rigueur ainsi qu'une vision large de l'ensemble des problèmes que j'ai voulu aborder.

Je remercie Monsieur Jean Marie Miossec et Abdelaziz Ghabri d'avoir accepté de rapporter sur mon manuscrit, ainsi que tous les membres du jury.

Je voudrais aussi remercier Denis Bailly et Thierry Sauvin qui font partie de mon comité de thèse et m'ont beaucoup aidé pour finir la thèse à terme. Ma reconnaissance va aussi à : Jean Boncoeur (Directeur du Centre de Recherche Amure), Jean Pierre Minvielle (Responsable de la formation "Tourisme durable en Tunisie" à l'Université de Sousse), Jean Louis Caccamo (Maître de Conférences à l'Université de Perpignan), Hassan Zaoual (Professeur à l'Université de Dunkerque), Naim Ghali (Géographe à la faculté de Manouba), Monder Ben Arfa, Erwan Charles et Abdelhak Nassiri (Maîtres de Conférences à l'UBO).

C'est bien sûr aux professionnels du tourisme que je dois ce que je sais du tourisme tunisien : d'abord les personnels de l'Office National du Tourisme : Taïeb Hchaichi (Directeur des Etudes), Raouf Jomni (Directeur général), Tijani Maknine (Directeur de la Formation des Cadres), Mohamed Essayem (Commissaire Régional au Tourisme à Djerba) et Nour El Houda Bouhaouala (Service Produit). Ensuite les responsables des hôtels tels que Messieurs : Rouri, (Directeur de l'hôtel Ulysse Palace à Djerba), Khenissi (Directeur de l'hôtel Sangho Village), Mami (Directeur de l'hôtel Ksar Djerba), Ben Nasr (Responsable des Ressources Humaines au Club Med) et Ziadi (Chef Réception à l'hôtel Sofitel Palm Beach Djerba).

Les personnes suivantes m'ont ouvert leurs dossiers et m'ont communiqué avec régularité des informations de grande qualité : Hassine Zouaghi (Directeur des ventes et du marketing à Tunis-air), Montassar Bnoui (Directeur contrôle de gestion à Tunis-air), Jalel Moussa (Club Marmara), Monsieur Fatroucha (propriétaire d'un restaurant) et Mohamed Adalet (Hotel Plaza).

Je remercie Mouna Ghliiss et Ahmed Chiboub. La première qui m'a facilité les rendez-vous et les entretiens dans les brefs délais. Le deuxième qui m'a permis de rencontrer les hôteliers à Djerba. Ma profonde gratitude va également à Adel Gasmi en reconnaissance de tous les sacrifices qu'il a consentis pour visiter les hôtels à Djerba et dont je suis à jamais redevable.

Et last not the least, m'ont spontanément apporté leur aide : Eric Levassort et Violaine Garguilo (Bibliothèque de Brest), Madame Ben Zakour (Bibliothèque de l'ONTT), Lionel Palu (IUT de Brest), Jean Pascal Lahieyte (UBO), Elisabeth Bondu et Eric Cornil (IUEM).

Je manifeste ma profonde gratitude à Françoise Keromnes, Aleth Lochet, Guillaume Kha, Patrick Ouedrago et Armelle Tanguy pour leurs précieuses relectures.

Ma dette est grande à l'égard des doctorants d'AMURE : Esmel Béalé, Seka Aba, Yohann Ortiz de Zarate, Istovant Nkongue, Diane Vernizeau, Marine Leboucher et Séverine Michalak (juristes), Louinord Voltaire, Claudio Pirrone, Fabien Steinmetz, Haja Razafimandimby, Josselin Droff et Guillaume Péron (économistes).

Il n'y a guère de place, dans un travail de recherche pour exprimer des sentiments. Ce travail est dédié à mon père pour avoir été présent et m'avoir soutenu et, surtout, à ma mère qui, avec infiniment de patience, de compréhension et de tendresse m'a aidée à surmonter toutes les difficultés de mon parcours et le rythme de travail souvent intense, au nom de l'égoïsme sacré de la « thèse ». Je voudrais remercier également ma fiancée (Olfa), mon frère (Mohamed Ali) et sa femme (Nawres) et mes sœurs (Houda et Amel) et leurs maris (Maher et Jamel) pour leurs aides précieuses. Les encouragements de mes proches m'ont été très précieux. Je leur dois tout. Ce travail leur appartient.

Cette étude est aussi un témoignage passionné de gratitude et le fruit de la découverte de mon pays. Elle m'a en effet surtout permis de mieux apprécier un pays chaleureux, séduisant par sa culture et sa sensibilité. Si, au travers de ces pages lourdes de statistiques et de graphiques, je pouvais communiquer un peu de mon intérêt enthousiaste pour les problèmes tunisiens, mon travail serait récompensé.

Sommaire

Remerciements	2
Sommaire	4
Avant-propos	6
Introduction générale.....	7
 Partie 1 : Limites du développement du secteur touristique en Tunisie	 17
 Chapitre 1. La place du tourisme dans les stratégies tunisiennes de développement économique	 18
 Section 1: Tourisme et politique de substitution aux importations pendant les "perspectives décennales" 1962-1971.....	 21
1.1- Le bilan de la stratégie de substitution aux importations (SI)	22
1.2- La politique touristique tunisienne à travers les plans nationaux de développement économique et social 1962-1972	35
 Section 2. Le tourisme et la politique libérale des années 1972-1986.....	 41
2.1- La politique de la sous-traitance.....	42
2.2- La place du tourisme dans les plans de développement 1973-1986.....	55
 Section 3. Tourisme et Programme d'Ajustement Structurel (PAS) dans la politique de promotion à l'exportation (1987-2009).....	 66
3.1- Les réformes structurelles et les politiques d'accompagnements.....	67
3.2-Place du tourisme dans le développement de la Tunisie	76
 <i>Conclusion du chapitre 1</i>	 <i>90</i>
 <i>Chapitre 2. Les limites d'un tourisme de masse en Tunisie</i>	 <i>93</i>
 Section 1. Les caractéristiques du marché du tourisme en Tunisie	 95
1.1- L'offre touristique.....	95
1.2- La demande touristique	106
 Section 2 : Les causes du marasme de l'industrie touristique en Tunisie	 120
2.1- Saisonnalité : concentration des lieux touristiques et impacts	120
2.2- Le fonctionnement et la commercialisation du produit balnéaire	130
2.3- Le vieillissement du produit tunisien et l'enjeu de la concurrence	138
2.4- Les enjeux de la concurrence dans l'espace touristique méditerranéen	143

Section 3. Quelles solutions pour que le tourisme reste un axe de développement pour la Tunisie ?	149
3.1- Tourisme post fordiste : la "qualité" au cœur des modèles de sortie de crise	149
3.2-Les enjeux du tourisme tunisien aujourd'hui : vers un tourisme durable.....	163
3.3- Le recours nécessaire à une évaluation économique et environnementale.....	179
Conclusion du chapitre 2	186
Partie 2 : Cas de l'île de Djerba	188
Chapitre 3. Djerba et tourisme international : quelle conjugaison ?.....	189
Section 1. Attractivité et trajectoire d'un territoire	191
1.1- Diversité et attractivité de Djerba.....	191
1.2- Histoire et économie d'un territoire en crise.....	196
1.3- Le recours à l'immigration et au tourisme	205
Section 2. Le système touristique djerbien : fonctionnement, contraintes et perspectives de développement	229
2.1- Description de l'activité touristique à Djerba.....	230
2.2- Contraintes et perspectives du développement de l'industrie touristique à Djerba.....	247
Conclusion du chapitre 3	263
Chapitre 4 : Évaluation économique et environnementale de Djerba	266
Section 1. Evaluation économique du tourisme à Djerba	268
1.1- Revue des théories et outils d'analyse du développement des territoires	268
1.2- L'évaluation économique du tourisme à Djerba, méthode et recueil de données	280
1.3- Résultats de l'évaluation.....	285
Section 2. Tourisme et environnement à Djerba	306
2.1- Etat des lieux de l'environnement à Djerba	307
2.2- Les mesures réglementaires prises par l'Etat tunisien.....	312
2.3- Les instruments incitatifs marchands	320
2.4- Les instruments volontaires.....	330
Conclusion du chapitre 4	344
Conclusion générale.....	346
Bibliographie	351
ANNEXES	365
GLOSSAIRE.....	390

Avant-propos

Cette thèse est dédiée à tous ceux qui sont tombés pour la défense de la patrie et pour défendre la liberté, la démocratie pour la révolution du 14 janvier 2011. C'est le minimum qu'on puisse faire pour commémorer, comme il se doit, leur souvenir et saluer leur combat des braves. Aujourd'hui pour défendre les objectifs de la Révolution, il n'est point de manière sincère et patriotique que de leur rendre hommage en restant fidèle aux nobles causes pour lesquelles ils se sont sacrifiés.

L'envie de faire une thèse trouve ses racines au stage de 7 mois (novembre-septembre) que j'ai effectué à la Chambre de Commerce de Brest dans le cadre du DEA « Economie et Politique Maritime » au profit de l'Association Mers et Territoires. Ce travail a été mené avec le concours de l'Association des PNOA (Ports Nord Ouest Atlantique) qui regroupe les ports autonomes de Nantes-Saint Nazaire, de Bordeaux et les ports nationaux de Brest, Lorient, La Rochelle et Bayonne. Les résultats de ce travail ont été publiés en Décembre 2003 au siège du port de Lorient. Cette étude consistait à définir une méthode pour calculer l'impact socio-économique d'un port. Cela m'a permis de découvrir le port et son hinterland à travers ses activités directes, indirectes et induites et de calculer sa valeur ajoutée pour la région du Brest.

La découverte des activités liées à la mer m'a encouragé dans le choix d'un sujet lié à l'actualité et en rapport avec le développement du littoral, portant sur le tourisme et le développement durable en Tunisie et plus particulièrement sur l'île de Djerba. Ce travail suppose la collecte d'indicateurs économiques pertinents en vue d'apprécier la qualité des méthodologies susceptibles d'améliorer l'évaluation de la rentabilité du secteur touristique. Cette thèse s'inscrit donc dans le cadre de la relance du tourisme en Tunisie.

Introduction générale

Tunisie : « *Séjour à l'hôtel Djerba Les Dunes*** 70% de réduction** (soldes jet tours). À proximité d'une belle plage de sable fin, l'hôtel Djerba Les Dunes se compose de 190 chambres spacieuses, équipées pour certaines d'une terrasse. Intégré à l'hôtel, un centre de thalassothérapie propose une large gamme de soins et cures : remise en forme, Bien-être... ».* Ou l'annonce du Club Marmara « *Forfait 8 jours/7 nuits au départ de Paris le 30 août, en chambre double et formule tout compris; Prix par personne : 471€ TTC* au lieu de 656€ TTC* ».*

Ces offres de séjours en Tunisie qui fleurissent dans les vitrines des agences de voyages et sur le net¹ pourraient, a priori, être considérées comme les signes d'une bonne santé de ce secteur. Pourtant le développement du tourisme en Tunisie tient du paradoxe : non prioritaire dans les stratégies de développement national après l'indépendance et laissé à l'initiative du secteur privé (en fait seul champ possible d'investissement), alors même qu'en 1964, 80% de la capacité totale d'hébergement était entre les mains de l'Etat. À partir de 1966, l'industrie touristique est devenue progressivement l'affaire du secteur privé. Ceci s'est notamment manifesté après la libéralisation des investissements encadrés par le décret n°66-339 du 2 septembre 1966 et la loi n°69-35 du 26 juin 1969 portant encouragement de l'Etat à la construction hôtelière. Par ailleurs, ont été mis en place d'abord un système d'incitations et d'aides (la loi 1972²), puis un premier mouvement de privatisation (dissolution de la Société Hôtelière du Tourisme Tunisien (SHTT) en 1986). Notons enfin que le programme d'ajustement structurel de 1986³ et l'insertion de l'économie tunisienne dans la division internationale du Travail (DIT) ont ouvert définitivement la voie à la privatisation totale du secteur⁴.

¹ Le rythme de croissance des agences de voyages en ligne s'est maintenu en 2008, oscillant entre 30 et 70% en Tunisie.

² Qui a donné aux entreprises étrangères la liberté d'importer de matières premières et des équipements et de rapatrier la totalité de leur bénéfice en devises.

³ La privatisation des 81 entreprises dans les secteurs du tourisme et de l'artisanat.

⁴ Ceux-ci ont nécessité l'emploi d'outils et de capitaux très importants.

Cette politique de privatisation a réduit le rôle de l'Etat au contrôle du secteur à travers l'Office Nationale du Tourisme Tunisien (ONTT)⁵ et à l'aménagement des territoires à travers l'Agence Foncière du Tourisme (AFT)⁶.

Malgré cette politique du « laisser faire », le tourisme représente aujourd'hui un secteur fondamental de l'économie tunisienne. Il joue un rôle essentiel en termes de revenus et de création d'emplois : il pèse 6% du PIB et regroupe quelque 386 mille emplois dont 96 mille directs et 290 mille emplois indirects en 2009, selon l'Office National du Tourisme Tunisien (ONTT, 2010). Il représente le premier pourvoyeur de devises (les recettes ont atteint 3 471.9 millions de dinars, soit 1 928 millions d'euros). Il participe à hauteur de 12.9% à la couverture du déficit commercial. Cette activité crée un surplus économique dans le pays. En effet, le montant des investissements touristiques réalisés au terme de l'année 2009, est estimé à 309.3 millions de dinars, la part moyenne des investissements touristiques dans la Formation Brute du Capital Fixe (F.B.C.F) est de 4.4% durant la période 2008-2009. En outre, par ses effets d'entraînement, le tourisme stimule d'autres secteurs vitaux tels que l'industrie agroalimentaire (10.61%), l'agriculture et la pêche (6.8%), le transport et la télécommunication (2.51%), etc. (Banque Mondiale, 2002, p. 151).

La capacité d'hébergement actuelle de la Tunisie ne représente que 2.9% de l'offre des pays méditerranéens, soit 240 000 lits. Par ailleurs, les arrivées des non résidents étrangers ont franchi le seuil des 6.9 millions de touristes et 31.5 millions les nuitées hôtelières en 2009 (ONTT, 2010). Les concurrents directs présentant des atouts semblables au littoral tunisien sont le Maroc, l'Egypte, la Turquie ainsi que la Grèce. Au niveau des arrivées touristiques, la Turquie reste la destination touristique la plus populaire, notamment en matière de tourisme balnéaire et culturel. En 2005, ce pays a enregistré plus de 21 millions de visiteurs, ce qui représente une part de marché de l'ordre de 36% par rapport aux autres destinations concurrentes. La Turquie est suivie de près par la Grèce qui a enregistré de son côté plus de 15 millions de visiteurs. Toujours selon ce critère, l'Egypte se positionne en tête des concurrents directs de la rive sud (la Tunisie et le Maroc) avec une part de marché de 15% en

⁵ Créé en 1976, il a pour mission : la mise en œuvre de la politique du gouvernement et des dispositions réglementaires dans le domaine du tourisme, la formation des cadres et du personnel, la promotion du tourisme par toutes les mesures nécessaires notamment, la publicité et l'organisation de manifestations d'intérêt touristique.

⁶ Créé en 1973, les fonctions de l'A.F.T sont d'acquérir, aménager et céder les terrains destinés à la construction des établissements touristiques.

2005. Au cours de ces dernières années, la Tunisie a perdu sa première place du classement : en 2002, elle devançait en effet l'Égypte et le Maroc avec 13%.

La particularité du tourisme tunisien réside dans le fait qu'il s'agit d'un tourisme industriel (de type fordiste) et qu'il correspond à une démarche réelle. Les conditions de croissance de ce modèle supposent la mise en place d'une norme de consommation articulée à une norme de production de masse. Selon Cuvelier (2000, p. 33): *"l'objectif consiste à élargir l'accès pour un nombre croissant d'individus à des pratiques touristiques simples, en rationalisant les coûts de production. L'obtention d'économies d'échelle, ainsi que l'accent porté sur la productivité, permettent de minimiser les coûts unitaires. Ce modèle, en cherchant à industrialiser les principales composantes, génère des prestations faiblement différenciées"*.

Le modèle du tourisme fordiste rassemble les pratiques caractérisées à la fois par la simplicité des prestations proposées et par la prise en charge par les intermédiaires touristiques d'une « partie significative de l'organisation » et de « la conception du déplacement touristique ». Concernant la première caractéristique, le touriste européen ou maghrébin est relativement passif dans sa pratique (absence de coproduction) et, dans ce cas, la composante d'animation touristique est absente. Le touriste se contente principalement des éléments de base dont dispose le lieu touristique: nature, climat, cadre de vie, fréquentation des plages, baignades, thalassothérapie, commerces, notamment lorsqu'il est en individuel ou en couple et sports nautiques, pêche et visites des principaux sites, lorsqu'il est en groupe. Le prix, contrairement à la qualité, constitue la variable incitative et se trouve au centre de ce modèle. La qualité, elle, répond davantage à un standard capable de satisfaire le touriste moyen. La concurrence entre les différents prestataires (tour-opérateurs et agences de voyage européens) se porte principalement sur cette dimension.

Néanmoins, on constate une faible maîtrise du secteur par les acteurs tunisiens. Le tourisme de masse et sa gestion industrielle sont devenus une réalité qui s'impose à tous. Soumis aux diktats des intermédiaires touristiques qui gèrent toute l'offre, de l'amont à l'aval, ils sont contraints par la loi des marchés : coûts de production, rentabilité, marge, consolidation... Tout est "compacté" dans une intégration verticale qui pèse sur les autorités et les acteurs touristiques du pays d'accueil. Selon Souissi (2007, p. 174), « *En général, le tiers seulement de ce que paie le client revient à la Tunisie, d'où une grande dépendance du secteur par rapport à l'étranger* ».

Aujourd'hui, ce modèle touristique s'essouffle. Les éléments qui viennent appuyer cet essoufflement sont multiples : une désaffection relative de certains lieux touristiques traditionnels et l'apparition d'un plus large éventail de destinations (la Turquie, la Grèce, l'Egypte et le Maroc), un fort accroissement de la concurrence entre les stations (en Tunisie, Nabeul-Hammamet, Sousse-Kairouan et Djerba-Zarzis); une transformation du rapport au temps. On perçoit en effet une augmentation du nombre de vacances prises durant l'année. Le fractionnement des périodes touristiques (le court séjour) tend à remettre en cause la norme des grandes vacances d'été (en Tunisie, la durée moyenne de séjour est passée de 6.8j en 1965 à 4.6 en 2009) ; une montée des voyages à thème (agritourisme, culture...) et des séjours ciblés (sport, randonnée) autour de référents multiples (environnement, culture...). Le déplacement touristique se structure de plus en plus autour d'activités de loisirs diversifiées et le marché du tourisme se segmente. Cette segmentation est nourrie par l'accès au tourisme de certains types de clients qui jusqu'ici n'y accédaient pas (les personnes âgées, les jeunes, les agriculteurs...). De plus, l'acquisition progressive d'une culture et d'une expérience du voyage de ces derniers ont contribué à l'apparition du « sur-mesure » et d'une grande attention portée aux exigences du client.

Le modèle des pratiques touristiques fordistes qui repose sur l'offre d'un produit standard à des couches croissantes de population, atteint donc ses limites. Dans le cas de la Tunisie, il s'agit notamment de la saisonnalité, de la commercialisation des produits balnéaires par les tour-opérateurs, du vieillissement des produits touristiques proposés et de la concurrence des pays émergents. Tout ceci est progressivement remplacé par un modèle de pratiques diversifiées, fondé sur une offre de prestations plus riches et en adéquation avec les attentes de la clientèle touristique. Pour faire face à l'essoufflement du modèle d'organisation touristique, des mesures à court terme ont été prises par le décideur public afin de perfectionner et de moderniser l'industrie touristique. Au niveau du service, il s'agit de politiques d'investissements touristiques soutenues dans les infrastructures hôtelières et para-touristiques (routes, aéroports, gares, ports, marina, parcs naturels..), la formation (école hôtelière) et la commercialisation des produits (campagnes publicitaires à l'étranger, ouverture de représentation gouvernementale pour la promotion du tourisme nationale). S'agissant du produit, les mesures visent à diversifier le produit balnéaire par l'intégration du produit saharien et de circuits thématiques afin d'augmenter la clientèle durant la basse saison (le troisième âge, les touristes des pays de l'OCDE, les étudiants et les chercheurs, etc).

Au total, assurer le développement touristique tunisien à long terme nécessite de proposer une piste de réflexion pour sortir le secteur de la crise (endettement⁷, faillite et fermeture de plusieurs hôtels, non rentabilité⁸, etc). Cette réflexion suppose une modification en profondeur des pratiques dans le domaine. Avec cette nouvelle clé de lecture, il s'agit de préciser les limites du tourisme de masse pour asseoir les bases d'un tourisme durable susceptible de générer des ressources spécifiques et d'harmoniser les impératifs économiques avec la sauvegarde des patrimoines culturels et naturels. Une croissance touristique «soutenable» repose sur la mise en place de politique qualitative plutôt que quantitative comme celle relevant du fordisme. Selon Cuvelier (2000, p. 35) : "*De nombreuses politiques nationales qui ont vu imposer le modèle unique (tourisme de masse) à leur territoire ont connu des échecs (cas de l'Espagne, du Portugal, de la Grèce* ". Son mode de développement requiert un comportement différent des offreurs et aussi de visiteurs. Cuvelier ajoute que : "*si l'on décide d'opter pour un tourisme durable, il faut accepter la complexité de la réalité, prendre en considération tous les éléments composant le territoire touristique, tenir compte de la grande variété des sociétés humaines*". Il apparaît ainsi préférable d'adapter les politiques à mettre en œuvre à une évaluation de l'activité touristique, prenant en considération les activités les plus créatrices de richesse et d'emplois.

La nécessité d'une évaluation économique

L'émergence du concept de développement durable a par ailleurs relancé la critique scientifique relative aux impacts négatifs du tourisme même s'il faut reconnaître que le tourisme ne représente qu'une partie des transformations réalisées avec le développement. Cette critique s'appuie sur une analyse plus microéconomique que macroéconomique et traite de l'impact du tourisme à des niveaux sub-nationaux. L'évaluation des retombées du tourisme au travers des gains en échanges extérieurs ou de la contribution aux revenus des gouvernements ne peut refléter le poids du tourisme sur l'espace. Développer une telle stratégie de recherche à des fins touristiques suppose prendre en compte plusieurs variables qui n'apparaissent pas dans les analyses macroéconomiques. La plupart des décideurs conviennent aujourd'hui que la prise de décision dans le processus de développement nécessite de tenir compte de nombreux paramètres. L'idée que la décision "*est par essence*

⁷ Le tourisme est la branche d'activité la plus endettée du secteur des services. En 2001, sa part dans le crédit est de près de 16%, celle de l'ensemble des activités des services représentant près de 57%.

⁸ La Turquie, la Grèce, l'Egypte et le Maroc enregistrent des recettes touristiques deux fois plus importantes que celles de la Tunisie, bien que cette dernière attire beaucoup plus de touristes étrangers.

multidimensionnelle a suscité une adhésion croissante ces dernières années et a mis en évidence le besoin d'outils d'évaluation et de comparaison des différents critères" (Nijkamp, 1990, Parucini, 1994). Dans le cas d'une aide à la décision, "l'objectif essentiel n'est pas de découvrir une solution, mais de construire un système permettant d'aider le gestionnaire dans sa prise de décision en lui fournissant une information pertinente et utile" (Roy, 1985).

Le développement d'outils opérationnels d'évaluation de la pénétration touristique prend alors toute son importance. Compte tenu des coûts engendrés et de la grande réactivité nécessaire dans le processus de gestion, les techniques d'analyse rapide semblent particulièrement appropriées. Ces techniques n'ont pas pour but de caractériser de manière exhaustive un phénomène, mais de le retranscrire en ne conservant que l'information nécessaire à la prise de décision. Il est possible de fournir aux décideurs une information fiable leur permettant d'orienter leur politique de développement.

Pour le cas de la Tunisie, l'absence de plusieurs variables est criante dans les méthodes de calcul (Emplois, Valeur Ajoutée). En effet, le nombre d'emplois directs du secteur touristique est fortement sous-estimé, alors que le nombre d'emplois indirects ou induits est totalement inconnu, ce qui est particulièrement regrettable pour une variable aussi importante. En outre, la surestimation, résultant de l'assimilation du secteur d'activité «Hôtels, cafés, restaurants» à une activité du secteur tourisme, fait que l'évaluation de la valeur ajoutée par les entreprises ayant une activité touristique directe ou indirecte est nécessairement inférieure à la réalité (Banque Mondiale, 2002, p. 148-150).

Si le tourisme apparaît comme un moteur du développement ou de croissance, sa mesure n'est pas aussi simple qu'elle peut l'être dans le compte des valeurs qui habituellement n'appartiennent pas à l'analyse économique. L'analyse économique du tourisme pouvait être abordée selon deux dimensions : microéconomique, avec l'étude de l'allocation des ressources à travers des activités de production et de consommation et macroéconomique, avec l'utilisation des ressources pour et par la société, la stabilité des prix et de la production, les échanges extérieurs, les rapports d'échange entre nations et finalement la croissance économique de long terme. Les deux analyses mobilisent les concepts de l'étude d'impact afin de guider les agents économiques dans la prise de décisions optimales. Thomas (2003) fait la distinction entre analyse coûts-bénéfices et une analyse d'impact. En effet, l'analyse coûts-bénéfices identifie les politiques les plus efficaces dans une perspective de bien-être social, prenant généralement en compte aussi bien les valeurs monétaires que non

monétaires. Cependant que l'analyse de l'impact économique mesure les bénéfices des transactions du marché par les effets successifs y afférant et se focalise sur la distribution régionale des revenus, non sur l'efficience économique. Cette chaîne des effets est appelée "effet multiplicateur"⁹ des dépenses touristiques. Si l'on se place dans un objectif de long terme, en plus des effets du tourisme sur les variables socioculturelles ou environnementales (Kottke, 1988), l'économiste a donc à prendre en considération la dimension économique dans l'optique du développement d'une région. Du point de vue social, la population locale est consciente de l'importance du développement touristique ; en revanche, des doutes importants apparaissent quant à son intérêt au niveau personnel. La population locale souhaite donc être plus activement impliquée dans le processus de développement touristique et bénéficier des nombreuses retombées (financières mais aussi du point de vue des aménagements et des activités) que peut générer cette activité.

Démarche suivie

La nécessité d'une politique de gestion de tourisme est aujourd'hui reconnue. Son but est d'assurer un développement soutenable du secteur, compromis entre la maximisation des revenus du tourisme et la protection de l'environnement. Ces deux aspects ne sont pas nécessairement antagonistes, surtout dans une perspective de long terme.

Pour une meilleure évaluation de l'impact socio-économique sur une localité, il est important de mettre l'accent sur la notion de développement local. En effet, *"le développement local est un projet collectif qui vise à créer une dynamique à l'intérieur d'un territoire. S'alliant au développement durable, il oriente les initiatives de développement par un apport endogène soucieux des singularités territoriales. Dans cette logique, les projets touristiques connaissent une orientation nouvelle. Tout d'abord destiné à une activité purement marchande, le tourisme représente aujourd'hui un moyen de valoriser une identité territoriale. Il peut donc s'identifier comme un outil d'aide complémentaire pour favoriser l'épanouissement de certaines collectivités"* (Roussel, 2006).

Afin d'illustrer par un exemple concret cette thèse, une étude empirique a été effectuée sur le territoire de l'île de Djerba. Son ouverture au tourisme et ses atouts écologiques,

⁹ En ses termes les plus simples signifie le nombre de fois où un dollar, ou une autre monnaie injectée dans une destination économique, circule à travers cette même économie. Les conditions qui entraîneront éventuellement la disparition de ce dollar sont appelées fuites.

environnementaux, géographiques et humains en font une expérience particulière. Cependant, ces conditions ne garantissent pas en elles-mêmes un dynamisme économique et a fortiori un progrès social. Avec une croissance démographique très importante, un taux de chômage élevé, une émigration vers les pays voisins ou européens, l'économie locale est en crise. Il a donc semblé nécessaire d'adopter une démarche de développement adaptée à ce territoire.

L'Etat tunisien a donc massivement investi dans le tourisme pour sortir l'île de la crise. Le tourisme constitue aujourd'hui un poids significatif pour Djerba : elle est première en Tunisie dans la répartition de la capacité hôtelière (52 112 lits, soit 21%), dans la fréquentation nationale (17%, soit 1.082 millions d'arrivées), dans les nuitées réalisées (7.305 millions de nuitées) et dans la durée de séjour (6.8j).

Les impacts économiques du tourisme sur l'île sont considérables et représentent la première ressource de l'île. Djerba peut ainsi trouver à travers du tourisme un élément de réponse à ses difficultés notamment en termes d'emplois et d'émigration. Pour préserver ces acquis et promouvoir un tourisme durable, il est indispensable de réaliser un suivi qui passe par l'établissement d'une méthodologie d'évaluation économique. Ce travail fournira une base de réflexion aux projets de développement du territoire, en particulier dans le domaine touristique. Elle peut permettre de générer des recettes importantes, mais surtout de conserver sur le long terme les richesses qui font son attractivité et de faire bénéficier l'économie locale des effets indirects et induits liés au développement touristique.

La réussite d'un tourisme durable exige la prise en compte du facteur environnemental composante essentiel de l'attractivité. Pour mettre en cohérence développement touristique et aménagement du territoire, Djerba doit préserver ses atouts naturels, tout comme son patrimoine culturel, qui représentent la richesse de l'île et qui sont rares et convoités.

Pour répondre à ces objectifs de développement du tourisme de manière plus durable, il est tout autant nécessaire de faire un état des lieux de l'environnement et de l'effet des mesures qui ont été mises en place par les autorités, afin de définir les stratégies qui permettront de maintenir, voire d'investir dans le capital naturel (paysages, ressources et fonctionnalités) de l'environnement djerbien. Dans ce domaine, le manque de données constitue une difficulté encore plus grande qu'en matière d'évaluation économique du tourisme. Toute évaluation ne peut donc être que qualitative. Une revue des instruments de politique publique mobilisables pour développer le capital naturel d'une île comme Djerba nous est apparue comme un complément utile dans cette démarche.

Notre travail consiste, dans un premier temps, à chercher une méthode d'évaluation économique pour Djerba. Pour cela, on a choisi « la méthode de masses », qui est la plus proche pour le cas d'une île. Cette méthode s'inspire de la méthode de croissance ou de développement qui demande de déterminer les activités directes, indirectes et induites. L'étude présentée repose sur la mise en place d'une méthodologie permettant de mesurer le rayonnement socio-économique lié à l'activité touristique. L'analyse s'appuie sur un ensemble de données empiriques et un exercice de calcul d'impact. Les données empiriques utilisées proviennent pour l'essentiel de deux types de sources d'informations: les sources statistiques officielles, notamment les directions nationales chargées du tourisme (ONTT et Commissariat au tourisme de Djerba) et une enquête de terrain réalisée à l'île de Djerba.

Cette thèse est organisée en deux parties :

La première partie examine les problèmes économiques du tourisme tunisien. Elle est composée de deux chapitres. Dans le premier chapitre, nous mettons l'accent sur la place du tourisme dans les différentes stratégies qu'a connues la Tunisie depuis l'indépendance jusqu'aujourd'hui, ainsi que les transformations structurelles qui affectent celui-ci. Dans le second, nous effectuons un diagnostic du tourisme tunisien pour connaître ses atouts, ses faiblesses et proposons des solutions pour que le tourisme reste un axe de développement pour la Tunisie.

La deuxième partie se décline aussi en deux chapitres. Dans le premier chapitre, nous traitons des questions économiques et sociales, l'objectif étant de montrer les effets positifs du tourisme sur l'économie locale de Djerba, ainsi que son influence sur la population locale et les contraintes de développement du secteur touristique. Dans le deuxième chapitre, nous proposons dans une première section une évaluation de l'économie du tourisme à Djerba. La méthode retenue est celle dite « de masses ». L'application de cette méthode consiste à calculer les indicateurs de Valeur Ajoutée (VA), d'Excédent Brut d'Exploitation (EBE) et d'Emploi. Celle-ci est mise à profit pour éclairer les problèmes du secteur et les activités créatrices de la richesse.

La deuxième section est une tentative d'état des lieux de l'environnement de l'île en relation avec le développement passé du tourisme et les enjeux d'un tourisme durable. Cette évaluation comporte entre autres éléments une analyse des instruments réglementaires mise en

place à Djerba. Nous explorons par ailleurs l'intérêt pour Djerba des nouveaux instruments proposés par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT, 2005) dont l'objectif est la recherche d'un « développement durable de l'activité touristique conservateur de la richesse naturelle » de l'île.

Partie 1 : Limites du développement du secteur touristique en Tunisie

- **Chapitre 1 : La place du tourisme dans les stratégies tunisiennes de développement économique.**
- **Chapitre 2 : Les limites d'un tourisme de masse en Tunisie.**

Chapitre 1. La place du tourisme dans les stratégies tunisiennes de développement économique

«Plus vous saurez regarder loin dans le passé, plus vous verrez loin dans le futur».
(Wilston Churchill)

«Attarikh fi dahirih la yazidou alal akhbar oi fi batinihi nadaron oi tahkik»²³
(Ibn Khaldoun «Al Muqaddima»)

Depuis son indépendance, la Tunisie a connu plusieurs stratégies de développement, basées, d'une part, sur la dynamique du marché intérieur et, d'autre part, sur une croissance rapide pour rattraper son retard.

Au cours des années 1960, on a assisté à la mise en œuvre d'une stratégie économique marquée par le «dirigisme étatique» (Fetini 1981, p.45) où l'Etat joue un rôle d'initiateur et de planificateur dans le processus de l'accumulation du capital. Seul le secteur du tourisme ne fait pas partie de cette politique. Les trois éléments majeurs constitutifs de la stratégie des années 1960 sont :

- le modèle coopératif, comme mode d'intervention dans l'agriculture en vue de son «développement», sa «modernisation» et son intégration à une économie marchande.
- le modèle de substitution aux importations dans l'industrie comme mode d'industrialisation, tourné vers la satisfaction de la demande interne en produits industriels. Il consiste à diminuer l'importation de certains produits et groupes de produits de consommation en leur substituant graduellement une production interne.
- un modèle libéral pour le tourisme qui s'explique par la conjonction de deux volontés : celle de l'Etat Tunisien de tirer parti des potentialités générales qu'offre le pays et d'attirer les touristes étrangers et devises et celle d'ouvrir aux voyageurs et transporteurs européens le marché touristique international (Miossec 1996, p. 13).

²³ Traduction de l'arabe en Français : « L'histoire dans sa forme est plutôt informationnelle, mais dans son fond : hypothèses et constructions ». Ibn Khaldoun. L'Introduction.

Pendant les années 1970, la Tunisie a changé l'orientation de sa politique économique vers le libéralisme et la réhabilitation des mécanismes du marché. Deux lois constituent la base de la stratégie de développement économique : celle de 1972 et celle de 1974 favorisant les industries exportatrices qui s'insèrent dans la Division Internationale du Travail (D.I.T).

Comme la majorité des pays en voie de développement, la Tunisie a connu des déséquilibres au milieu des années 1980. Ces déséquilibres ont été causés principalement par l'endettement préoccupant²⁴ (Sahli ,1989), par la surévaluation du dinar tunisien et par un important déficit commercial. Pour faire face à cette situation, la Tunisie a procédé à des réformes, suite aux conseils du Fonds Monétaire International (FMI) et la Banque Mondiale. Elle a initié un programme important d'ajustements «première génération», qui a touché tous les secteurs d'activité et qui renferme un ensemble de réformes : la déréglementation des marchés, une politique budgétaire restrictive, la dévaluation du dinar...

Au cours des années 1990, avec l'adhésion au GATT, puis la signature des accords de l'Organisation Mondiale de Commerce (avril 1994) ainsi que de l'accord sur la zone de libre échange (ZLE) avec l'Union Européenne (janvier 1996), la Tunisie a poursuivi ses réformes et les a intensifiées. Il s'agit des réformes politiques de «seconde génération». Ces réformes avaient pour objet de mener l'économie tunisienne vers une économie capable de s'adapter au nouvel environnement international.

Durant les années 2000, la Tunisie a continué la politique économique des années 1990, en donnant toujours plus d'importance à la promotion aux exportations (PE), à travers de nombreuses réformes visant à faciliter les échanges avec l'extérieur, l'encadrement approprié des exportateurs, l'encouragement des opérations de prospection et d'accès aux nouveaux marchés. Au cours de cette période, émergent de nouvelles tendances de la conjoncture internationale : d'une part, l'impact défavorable des événements survenus à l'échelle internationale pour le secteur du tourisme et la régression de la demande internationale et, d'autre part, l'exacerbation de la concurrence à l'instar du secteur du textile dont les exportations ont affronté une concurrence accrue en relation avec le démantèlement des accords multifibres.

²⁴ En six ans, de 1980 à 1986, la dette de la Tunisie est multipliée par 3.9. Depuis 86 elle consacre presque le tiers de ses recettes d'exportations de biens et services pour servir sa dette et près de 12% de ces recettes pour servir uniquement les intérêts.

Pour une meilleure analyse de l'évolution de la stratégie économique, nous jugeons indispensable de tenir compte des trois phases distinctes et opposées qu'a connues l'histoire économique de la Tunisie :

- Phase I : 1962²⁵-1971 : substitution des importations et étatisation des moyens de production;
- Phase II : 1972-1986 : la tendance libérale;
- Phase III : 1987- jusqu'à 2009 : les réformes et la politique de promotion à l'exportation.

Pour évaluer ces trois phases, il importe d'étudier leurs spécificités : le contexte, le bilan macroéconomique et le rôle joué par le tourisme dans l'économie tunisienne.

²⁵ La Tunisie a eu son indépendance en 1956, mais le premier plan de développement ne démarre qu' en 1962.

Section 1: Tourisme et politique de substitution aux importations pendant les "perspectives décennales"²⁶ 1962-1971.

Selon Poncet (1974) : « *La Tunisie avait hérité du protectorat, une économie dualiste, caractérisée par un petit secteur traditionnel en stagnation, une industrie embryonnaire dominée par les intérêts de colonisateur et une population tunisienne qui se battait dans l'ignorance et la pauvreté* ». C'est partant de cet héritage que la Tunisie s'est engagée dans un processus d'industrialisation, seul moyen de rattraper son retard de développement. Le processus d'industrialisation reposait alors sur une stratégie de substitution aux importations²⁸ qui était un choix politique visant, selon Fetini (1981) : « *La création d'un «tissu» industriel intraverti, «intégré», reposant sur une dynamique interne, pourvoyant aux nécessités locales et parant aux déséquilibres commerciaux aliénants...* ». Cette stratégie de développement vise à réduire les limitations supposées par la pénurie de devises. Selon les perspectives décennales de développement (1961) : « *Il fallait accorder un ordre de priorité élevé à l'expansion des activités destinées à remplacer les importations ou à développer les exportations ou aux deux à la fois* ».

Les perspectives décennales mettent l'accent sur la nécessité d'entreprendre un gigantesque effort d'investissement. Elles se basent sur la création d'un grand nombre d'entreprises nationales, utilisant des ressources locales et déterminant un modèle de substitution à l'importation.

Pour « substituer aux importations », les industries naissantes ont nécessité une protection contre la concurrence étrangère, et des mesures d'encouragement de la part de l'Etat. Par contre, pour la réussite de l'expérience du «socialisme», le tourisme a pour rôle de faire rentrer des devises pour aider au développement économique, autrement dit le tourisme au service du secteur manufacturier et social, et résoudre même partiellement quelques problèmes économiques: « *Telles sont les actions à engager afin de parvenir à une exploitation intensive des possibilités touristiques de notre pays. Le flux de devises qui doit en*

²⁶ Dont le préambule affirme que la Tunisie opte résolument pour le socialisme, vise à «décoloniser l'économie nationale» par l'intégration du secteur colonial et la « tunisification » des enclaves demeurées étrangères.

²⁸ Historiquement, ce modèle est apparu dans les pays d'Amérique Latine, et cela date de la crise 1929 et de ses répercussions sur la région, les deux promoteurs de cette stratégie sont deux économistes Raoul Prebisch et Hans Singer.

résulter servira à l'équilibre de notre balance des paiements et contribuera à stimuler l'activité de divers secteurs internes » (perspectives décennales 1961, p. 245).

Nous tentons dans cette section de saisir l'évolution des industries substitutives d'importations par rapport aux objectifs attendus : "intégration économique", "auto développement", "équilibre de la balance commerciale" et "création d'emplois". Ensuite nous mettons l'accent sur les limites de la politique de substitution à l'importation et le développement du secteur touristique.

1.1-Le bilan de la stratégie de substitution aux importations (SI)

L'année 1962 correspondait au démarrage d'une politique économique fondée sur la planification³¹. Dans le domaine industriel, les perspectives décennales (62-71) proposaient de tripler la production industrielle durant la décennie. L'Etat décidait notamment la mise en œuvre d'un certain nombre de grands projets tels que :

- augmenter la production de phosphate³²;
- développer la recherche pétrolière;
- maintenir à leur niveau actuel les productions de plomb et de zinc.

L'accent a été mis particulièrement sur les industries manufacturières :

- pour les industries alimentaires, on prévoit, une sucrerie d'une capacité de 50 à 60 mille tonnes, le développement des conserveries (15 mille tonnes de capacité à créer) et de nombreux autres projets (meuneries, huileries, industries laitières...);
- pour l'industrie textile, on envisage la création d'un grand complexe, d'une capacité de 1000 tonnes pour la laine (filature et tissage), de 3 mille tonnes pour le coton.....;
- l'implantation d'autres industries légères (bois, meubles, cuir...);
- pour les industries chimiques, les principaux projets envisagés concernent les engrais (200 mille tonnes de superphosphate, 60 mille tonnes de nitrate);
- pour les matériaux de construction, on prévoit l'installation d'une capacité supplémentaire de 13 mille tonnes de ciment, 6 mille tonnes de céramique et 50 mille tonnes de briques;
- dans le secteur métallurgique, l'installation d'un combinat de 70 mille tonnes à Bizerte;

³¹ 1962-1964: Plan triennal, 1965-1968: 1er plan quadriennal, 1969-1972 : 2^{ème} plan quadriennal.

³² Vise la production de 850 mille tonnes.

- dans les industries mécaniques et électriques, l'installation d'un ensemble de chaînes de montage de véhicules, d'appareils électriques et électroménagers, de transistors et de télévisions.....

1.1.1-Les résultats de la stratégie de substitution aux importations

En 1969, le tourisme et l'émigration ont représenté 23,4% des recettes extérieures courantes alors qu'en 1961, ce chiffre était de 5,4% comme le montre le tableau 1. Ce qui a amené Dimassi (1977) à conclure que : « *La balance des paiements extérieurs est devenue (ainsi) fortement soumise à deux sources de recettes aléatoires. Il suffit d'une crise quelconque au sein du monde occidental pour que nos possibilités de paiement extérieur soient gravement amputées* ».

Tableau 1. Les principales sources de revenus (en millions de dinars)

	1961		1963		1965		1967		1969	
		%		%		%		%		%
Huile d'olive	9.7	11.6	9.9	11.8	13.5	12.6	8	6	10.5	6.2
Vin	8	9.2	10.2	12.2	2.8	2.6	5.3	4	3.5	2.1
Phosphate brut	5.9	7.1	7	8.4	11.4	10.6	12.5	9.4	8.7	5.1
Phosphate traité	4	4.8	3.7	4.4	9.7	9	11.1	8.4	8.7	5.1
Travailleurs émigrés	2.9	3.5	2.4	2.9	3.8	3.5	5.9	4.4	11.4	6.7
Tourisme	1.6	1.9	3.8	4.5	10.1	9.4	17.7	13.3	28.3	16.7
Pétrole	-	-	-	-	-	-	11.6	8.7	22.7	13.4
Recettes totales	83.5	100	83.6	100	107.5	100	132.8	100	169.6	100

Source : Rétrospectives décennales (1962-1971) cité par Fetini (1981, p. 376).

Il est possible d'apprécier les résultats de la stratégie de substitution à l'importation au regard des variables suivantes :

a. La production

La décomposition du secteur industriel, en industries « traditionnelles » coloniales (mines, énergie, produits agricoles transformés ou semi-transformés) et en industries «naissantes» notamment manufacturières s'inscrivant dans le cadre de la politique de «substitution aux importations», nous montre un changement assez important dans la structure industrielle. Ce changement est illustré par le tableau suivant :

Tableau 2. Evolution de la structure de la production industrielle 1960-1970

	1962	1970
Industrie. Agro. minières dont	80%	56%
Mines	18.8	7.6
Energies dont (pétrole)	11. 2 (0.3)	39.3 (27.8)
Industrie agro-alim.	50	19.1
Industries «naissantes» dont	20%	44%
- Matériaux de Construction Céramique et Verre	5	4.7
- Industries Mécaniques et Electriques	4.2	7.3
- Chimie et caoutchouc	3.9	5
- Textile, habillement et cuir	3.6	10.5
- Bois papier + divers	3.3	6.5
Total	100	100

Source : Rétrospectives décennales (1962-1971) et Rapports B.C.T cité par Fetini (1981, p. 299).

Il s'agit d'une nette progression des industries manufacturières et d'une régression du secteur agro-minier énergétique. Pour mieux expliquer l'évolution des industries de substitution nous allons faire référence aux travaux de Fetini (1981).

**Tableau 3. Taux de croissance annuel moyen par industrie et par période de plan
(à prix constants)**

	62-64	65-68
Mines	7.6	-2
Energie	17	-34.8
Produits pétroliers	26	67.9
I.A.A (Industrie agro-alimentaire)	6.8	0.4
M.C.C.V	4	12.2
I.M.E	4.1	17
Chimie	3.8	7.9
Textile-cuir	20.9	5.2
Bois-papiers divers	11	12.4
Total industrie	10.2	6.8

Source: Fetini (1981, p. 300).

Nous remarquons qu'il y a un essoufflement du rythme de croissance, notamment dans le secteur primaire (le tableau nous montre que le taux de croissance de l'industrie minière a chuté de 1965 à 1968 de 2% et celui de l'énergie à la même période -34.8%). La même remarque peut être faite pour les industries manufacturières (ex. textiles, papiers). En effet, il y a une forte régression du taux de croissance à partir de 1965 (il est passé de 20.9 de 62-64 à 5.2 en 65-68) : il s'agit là de signes du blocage.

Les industries notamment de Matériaux, de Construction, Céramique et Verre (M.C.C.V) et celles de Mécaniques et Electriques (I.M.E) augmentent au départ (entre 65 et 68) pour voir leur croissance ralentir et décroître de 17% à 9% de 1965/68 à 1969/1972 (Fetini 1981,

p.301). L'essoufflement semble donc toucher l'ensemble des industries manufacturières. Ce constat a fait l'objet de nombreuses études. Deux exemples peuvent être cités :

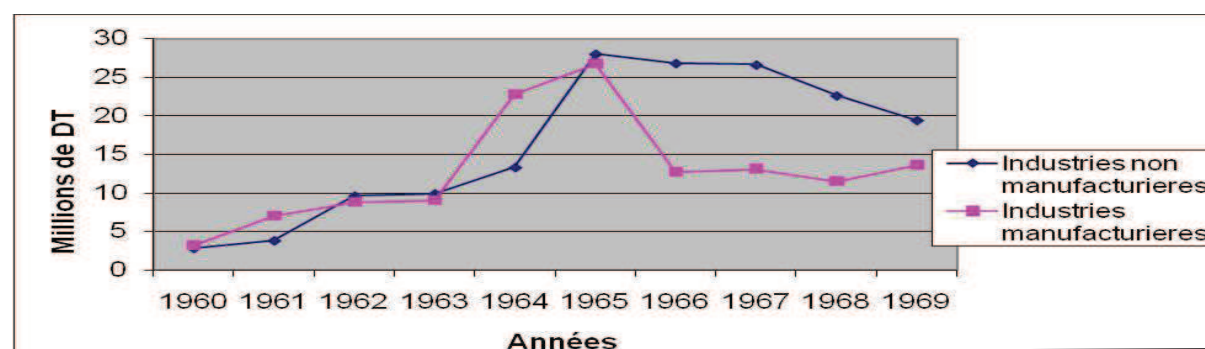
- L'étude de Zouari (1987) montrant que les investissements industriels réalisés ne représentent que 30% des investissements prévus;
- Une seconde étude, réalisée par les cabinets étrangers, indiquant que ces industries ont nécessité des équipements fort coûteux. (cf. Brugnes, Romieu, 1970)

Cependant, on peut considérer que la non réalisation des objectifs s'explique surtout par l'absence de cadres tunisiens capables de planifier ces opérations durant l'après indépendance. En effet, la plupart des industries ont été réalisées et étudiées par des bureaux d'études étrangers (Groupe Huit³⁵, De Bernis, Brugnes Romieu...), et financées dans une large part par des crédits étrangers (Américain, Français, Allemands...). La plupart de ces industries ont été créées de manière empirique sans une vision globale d'affectation des ressources. Najib Chaker n'a pas hésité à appeler cette planification « *de planification au coup par coup* » (Alaoui 1986, p. 355) pour expliquer ses lacunes.

b. La Formation Brute de Capital Fixe (F.B.C.F)

Si la part de l'industrie dans la F.B.C.F totale a connu une nette progression jusqu'en 1965, à partir de 1966, on observe sa régression pour les industries manufacturières et non manufacturières comme le montre la figure 1

Figure 1. Evolution de la FBCF dans l'industrie



Source : Judet (1970, p. 35).

³⁵ Est un bureau d'études pluridisciplinaire français spécialisé dans le développement urbain et municipal. Il est intervenu en Tunisie durant la période 1967-1977. Ses premiers projets : plan directeur de Gafsa, Etude Régionale sur les mines de phosphate, Etude d'Armature urbaine de la Tunisie, plan directeur des villes-Gouvernements, etc.

En ce qui concerne le taux d'accumulation (FBCF/PIB), la Tunisie a réalisé une performance au cours de la période 1962-1965 (46.3 à 86%) pour régresser à 32.3% en 1969. Selon le tableau 4, nous remarquons que la participation des industries non manufacturières (mines, énergie et produits pétroliers) est plus importante (avec une participation de 9.6% en 1962 à 19.4 en 1969)³⁷ que celle des industries manufacturières (Textile et cuir, bois, papier et I.A.A. avec une part dans la FBCF de 8.8% à 13.6)³⁸. La part des industries manufacturières dans la FBCF reste faible. Cela peut s'expliquer par la stratégie de relance chronologique de cette industrie. En effet, on a assisté durant la période du premier plan (triennal 1962-1965) à des investissements importants dans les industries textiles et papier, essentiellement. Ensuite, durant la période de 1966-68, ils s'orientent vers les industries de matériaux de construction (cimenteries, céramique, verrerie et articles sanitaires ainsi que les I.M.E) et, enfin, vers les industries chimiques (14.4 millions de dinars) au cours des dernières années de la décennie.

Tableau 4. Part de l'industrie dans la F.B.C.F

	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969
Industries non manufacturières	9.6	9.9	13.3	28	26.8	26.6	22.6	19.4
Industries manufacturières	8.8	9	22.8	26.7	12.7	13.1	11.5	13.6
Part de l'Industrie dans la FBCF	20	19	20.6	37.3	28.20	27.5	24	23
FBCF/PIB	46.3	44	71	86	52.5	49.8	35.7	32.3

Source : Fetini (1981, p. 303).

c. Substitution aux importations et échanges extérieurs

Pour définir le rapport substitution aux importations-échanges extérieurs, nous nous référons aux travaux suivants : selon Fetini (1981, p. 315) : « *Les substitutions d'importations impliquent qu'une production domestique prenne la place des sources externes d'approvisionnement en biens et services* ». Selon Diaz (1965) : « *l'action de la demande qui découle de la mise en œuvre de nouvelles capacités de production entraîne des importations de matières premières, de biens intermédiaires et d'équipements annulant l'effet d'épargne nette de devises observables au cours de la phase précédente* ». À partir de ces

³⁷ En effet, les minerais (0.8 à 3.6), Energie de 1.6 à 6.6 les produits pétroliers de 2.0 à 9.2 durant la période 1962 à 1969.

³⁸ Pour les industries manufacturières : le textile et cuir, la participation est passée de 0.6 à 3, I.M.E de 0.2 à 2.6, papier de 0.3 à 5.1 durant la même période.

deux énoncés nous pouvons donc retenir que la demande croissante concernant ces importations (de matières premières, de biens intermédiaires, et d'équipements) accroît sensiblement leur part dans l'ensemble des importations du pays et diminue parallèlement la flexibilité de la structure d'importations (une production domestique remplace des sources externes d'approvisionnement).

Pour appréhender cet effet en Tunisie, nous avons étudié l'évolution des échanges extérieurs. Selon le tableau 5, les importations se sont accrues au taux de 9.3% durant la période 1961-1970. Ce pourcentage dépasse celui des exportations qui fut pour la même période d'environ 8.5% (passant de 46.3 millions de dinars à 95.8 millions de dinars). Le déficit commercial s'est accru en moyenne de 16% passant de 42.1 millions de dinars en 1960 à 64.6 millions de dinars en 1970, représentant ainsi 10.2% du PNB. Le taux de couverture des importations par l'exportation a oscillé autour de 57% pour toute la décennie (1962-1971).

Tableau 5. Evolution des échanges extérieurs (en millions de dinars)

Année	Exportation (X)	Importation (M)	Déficit commercial	Taux de couverture
1961	46.3	88.4	42.1	52.4
1962	48.7	90.9	42.2	53.6
1963	52.9	93.7	48.8	56.5
1964	57.3	110.8	53.5	51.7
1965	62.9	129.1	66.5	48.7
1966	73.7	131.2	57.5	56.2
1967	78.4	137.1	58.7	57.2
1968	82.8	114.5	31.7	72.3
1969	87	139.8	52.8	62.3
1970	95.8	160.4	64.6	59.7

Source : Banque Centrale de la Tunisie (1972).

À partir de ces données, on remarque que la «substitution aux importations» n'a pas seulement freiner, mais diminuer les importations des produits industriels finis de consommation⁴⁰, celles des biens intermédiaires ont augmenté, mais ceci revient plutôt aux choix en matière de politique agricole.

Pour mieux analyser les échanges extérieurs, on a fait référence au tableau 6 qui montre en valeurs et en pourcentages l'évolution des importations et exportations par grandes catégories de produits entre 1962 et 1970.

⁴⁰ Equipements pour l'agriculture, équipements pour l'industrie et la consommation.

Tableau 6. Répartition des importations et exportations par grandes catégories de produits en 1962 à 1971 (en millions dinars courants)

	Importation (M)				Exportation (X)			
	1960	%	1971	%	1962	%	1970	%
Alimentation humaine	20.9	23	81	12.3	29.3	60	25.4	26.5
Matières premières et demi produits	28.8	31.7	262.2	40	18.6	38.2	67	70
- Energie	6.3		73		-	8.4	26	26
- Origine végétale	4		33.4		4.1	20.5	-	7.8
- Origine minérale	0.5		14.2		10	9.2	14.9	4.3
Autres produits	18		141.6		4.5		18.3	
Produits finis	41.2	45.3	313.5	47.7	0.8	1.8	3..4	3.5
-Equipements pour agriculture	0.7	(20.4)	10.5		0.2	0.6	0.5	
-Equipement pour industrie	17.5		199					
-Consommation	23	(25)	103.9	15.8	0.6	1.2	2.9	
Total	90.9	100	656.7	100	48.7	100	95.8	100

Source : INS. Statistiques du commerce extérieur, 1977.

Au regard de ces données, on constate pour ce qui est des importations, que s'il s'est effectué une importante diminution relative des importations de produits alimentaires (23% du total des importations en 1960, 12.3% en 1971), les importations de matières premières et demi-produits et biens d'équipement se sont élevées fortement (de 31.7% à 40% pour les matières premières et demi-produits et de 20.3% à 31.9% pour les biens d'équipement). En ce qui concerne les exportations, on constate une diminution de l'alimentation humaine passant de 60% à 26.5% pour la période de 1962 à 1970. Par contre les exportations des matières premières ont connu une augmentation considérable passant de 38.2% à 70%. Enfin pour les produits finis, il s'agit d'une légère augmentation de 1.8% à 3.5%.

Durant la décennie 1961-1970, la balance commerciale a accusé un déficit annuel de l'ordre de 50 millions de dinars. Le taux de couverture annuel moyen des importations par les exportations est passé de 78.6% en 1961 à 57% en 1970. La croissance de ce déficit peut être expliquée par l'intensification du rythme de croissance industrielle qui nécessite d'importantes ressources. Ces ressources peuvent être générées par le recours au financement⁴¹, qu'il soit local ou extérieur, ou par une capacité d'exportation récurrente permettant d'apporter les moyens nécessaires à l'importation des équipements.

⁴¹ D'après le Groupe Huit, la structure du financement dans l'industrie a été : ressources locales 44% (Epargne propre 18%, Apport intérieur 16% (dont administration 9% et banques 7%)) et ressources extérieures 56%.

En ce qui concerne cette dernière solution, c'est-à-dire celle qui se rapporte au comportement du «coefficient global d'importation» (importation/PIB), nous faisons référence aux travaux de Fetini (1981), qui a calculé la part de l'importation par rapport au PIB pour la décennie 1960-1971. Les principaux résultats sont exposés dans le tableau suivant :

Tableau 7. Part de l'importation par rapport au PIB

Années	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971
M/PIB en %	20.1	20.4	20.2	19.7	22	24.1	25	27	20.5	24	26	26.5

Source : Les tableaux statistiques 1960-1971, cité par Fetini (1981, p. 321).

On se rend compte que le succès de la procédure de «l'import à la substitution» reste lié à des augmentations régulières des capacités d'importation. Selon Fetini (1981, p. 321):« *L'industrialisation est en effet un mouvement dynamique qui appelle une rapide expansion des besoins*».

Or, il faut constater qu'après la mise en place des grands complexes industriels, les investissements dans ce secteur régressent jusqu'en 1968 ; de 54.7 millions de dinars en 1965, ils chutent à 34.1 millions de dinars en 1968. En effet, dans les industries manufacturières, on observe la même tendance. Après les investissements de l'ordre de 26.7 millions de dinars en 1965, il s'est produit une diminution continue, pour atteindre 11.5 millions de dinars en 1968. La même observation peut être faite pour le secteur des entreprises publiques qui régresse alors que le secteur privé dans la FBCF augmente davantage. Elle passe de 11% en 1965 à 24% en 1968.

Si la diminution des investissements ne remet pas en cause l'effort d'industrialisation, elle pose toutefois le problème des réalisations nécessaires à son articulation aux autres secteurs.

Il faut noter que les industries étaient restées «coupées» du reste de l'économie, excluant ainsi l'hypothèse d'une politique d'industrialisation. Par ailleurs, l'augmentation spectaculaire du secteur privé est en contradiction avec l'objectif du parti "Socialiste", de promouvoir une meilleure répartition des richesses. L'unique secteur qui fut développé est le textile (Labbé, 1975) qui était lui aussi dans une situation financière des plus précaires. Le secteur privé monopolisait les activités reconnues plus rentables, mais l'Etat a supporté pendant tout le Plan

décennal (1962-1971), les déficits cumulés du secteur (il a payé des sommes considérables en intérêts bancaires⁴²).

La diminution des rendements et de la valeur ajoutée de l'agriculture pendant la période 1965-1968 peut s'expliquer par les mauvaises conditions climatiques, par la stagnation des investissements dans ce secteur à partir de 1965 (ils étaient de 27.6 millions de dinars et sont réduits à 25.4 millions de dinars en 1968), et ce malgré l'augmentation considérable du nombre des coopératives et de la superficie totale. Selon Talbi (1996) : « *On peut se demander si la nationalisation de toutes les terres appartenant aux colons, en 1964, n'a pas été un coup fatal pour la réforme agraire* ». Le manque de préparation des cadres, les contraintes injustifiées et inexpliquées ont certainement contribué à l'établissement des méthodes bureaucratiques que l'on a reprochées à la planification. Cela s'explique aussi par la fuite des capitaux (Ghabri 1983, p.3) (ceux qui épargnent le plus et qui sont les propriétaires des terres) qui s'est matérialisée par le départ définitif des familles françaises, italiennes ou juives tunisiennes estimé à 166 000 de 1960 à 1966 et à 185 000 de 1966 à 1975.

d. L'emploi industriel

Durant la décennie (1961-1972), l'emploi industriel a presque doublé (cf. tableau 8). Là aussi, le rythme de croissance a décliné au cours du 1^{er} plan quadriennal (1965-1968) de 6.5% par rapport au premier plan triennal (1962-1964) à 10.5%.

Tableau 8. Evolution de l'emploi industriel, base 100 en 1961

1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	1970
100	98.2	113.6	132.7	140	157.5	169	180	185.4	196.3

Source : Fetini (1981, p. 304).

Le tableau n°9 nous montre une régression de la part relative dans l'emploi industriel du secteur agro-minier. Cette part "tombe" de 51% en 1962 à 36.4% en 1969. Les autres branches manufacturières voient leurs parts augmenter dans des proportions relativement élevées, assurant désormais près des 2/3 du total de l'emploi industriel.

⁴² De 1960 à 1970, La SOCITEX (Société Générale de l'industrie Textile, entreprise étatique créée en 1967) a accumulé pour 4.5 millions de dinars de pertes et d'amortissements différés, dont 1.5 million de découverts bancaires et 0.5 million de créances non recouvrées.

Les I.M.E, le textile et l'industrie du bois et papier ont particulièrement réalisé des taux de croissance élevés (de 12 à 19% annuellement). La branche textile notamment arrive en tête à la fin de la décennie avec une part de près de 40% dans l'emploi total.

Tableau 9. Répartition et croissance de l'emploi industriel par branche entre 1962-1969

Industries par branche	Répartition de l'emploi industriel par branche (%)		Taux de croissance de l'emploi industriel par branche
	1962	1969	1962-1969
Mines + Energies	26	19	4.1%
I.A.A	25	17.4	3.4
M.C.C.V	8.8	9.7	9.4
I.M.E	3.4	7.8	19.9
Chimie	3.6	3.5	7.8
Textile	28	36.5	12.6
Bois, papier, divers	5	6.1	12.3
Total	100	100	8.2

Sources : Rétrospectives décennales (1962-1972).

1.1.2- Le blocage de la politique de substitution et le développement du secteur touristique

« Une ruée d'investissements dans le tourisme se fit remarquer parallèlement à une sorte de désistement des industriels face au secteur des industries manufacturières » (Fetini 1981, p. 372).

a. Les causes de ce blocage

L'industrie tunisienne reste fortement tributaire de l'extérieur (à concurrence de 70%) pour son approvisionnement en matières premières, demi-produits et biens d'équipement. Il reste toutefois que globalement l'industrie tunisienne ne parvient pas à former un tissu intégré⁴⁴ et reste largement dépendante quant à son approvisionnement tant en biens d'équipement qu'en matières premières de l'extérieur, avec des achats aux secteurs locaux ne dépassant pas le tiers des ventes.

Pour connaître les effets des investissements par branche sur la production (la productivité des facteurs : capital et travail), Safra (1983) a évalué l'accroissement de la production pendant la première décennie (1962-1971) par rapport aux investissements réalisés (cf. tableau 10).

⁴⁴ Comme l'a révélé une étude faite par Brugnes et Romieu sur les investissements industriels réalisés en Tunisie entre 1960 et 1965.

Au cours de cette période, l'agriculture et les industries manufacturières sont à faible productivité marginale du capital et du travail. Cela prouve, d'une part, que l'agriculture reste handicapée par une structure sociale encore traditionnelle fondée sur un secteur peu productif (0.12). D'autre part, les industries manufacturières ont une productivité marginale de 0.27 (les industries des matériaux de construction et les industries mécaniques électriques enregistrent 0.16 et 0.13 en capital et 0.5 et 0.8 en travail). C'est un signe de blocage. Les seules branches à forte productivité marginale du capital sont les industries alimentaires (0.56), et elles servent pour la consommation locale. Le tourisme a une productivité marginale égale à 0.23. Mais, le tourisme (2.9) a un niveau de productivité marginale du travail assez conséquent comme le montre le tableau 10.

Tableau 10. Productivité marginale du capital(k) et du travail(l)⁴⁵ en Tunisie (1962-1971)

Branches	PmK (à prix constants en DT)	PmL (1000D)
Agriculture	0.12	-
Energie	0.24	1.4 +14.1
Industries manufacturières	0.27	0.7
- Alimentaires	0.56	3.0
- Matériaux de construction	0.16	0.5
- Mécaniques électriques	0.13	0.8
- Chimie	0.29	2.0
- Textiles	0.32	0.5
- Bois	0.23	0.5
Transport	0.13	1.4
Tourisme	0.23	2.9
Total (PIB)	0.24	2.5

Source : Safra (1983), Investissement et productivité en Tunisie in Revue tunisienne d'économie n°1, pp.37-39.

Pour montrer l'importance du secteur touristique dans l'économie tunisienne, nous avons fait référence aux travaux d'Alaoui (1986). Ce dernier a calculé la productivité marginale du capital (VA_t/It) et du travail ($\Delta VA_t / \Delta L_t$). En ce qui concerne la productivité marginale du capital un dinar supplémentaire investi durant la période 1963-1971 a rapporté 0.15 à 0.7 dinar courant⁴⁸ alors que la productivité marginale du travail a évolué de 1.501 à 2.562 durant la même période. Les résultats auxquels est parvenu Alaoui sont résumés dans le tableau 11.

⁴⁵ Pour calculer la productivité marginale du travail, Safra M (1983) s'est basé sur la relation qui existe entre la productivité du capital et l'intensité capitaliste (K/L) : $\Delta Y / \Delta K = \Delta Y / \Delta L / \Delta K / \Delta L$ où $\Delta Y / \Delta K$ représente la productivité marginale du capital, et $\Delta Y / \Delta L$ la productivité marginale du travail. Le rapport $\Delta K / \Delta L$ représente le capital additionnel par travailleur supplémentaire.

⁴⁷ ΔVA_t : en prenant en compte la variation de la valeur ajoutée au cours de l'année t et It (investissement additionnel de l'année t), elle correspond à l'inverse du coefficient marginal du capital. It/VA_t .

⁴⁸ Calculé selon la formule d'I Fisher, Moyenne arithmétique 0.63%, moyenne géométrique 0.42%.

Tableau 11. Evolution de capital et de l'emploi touristique et sa productivité

Années	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971
Rubriques										
Investissements										
- Montant	4.1	6.6	12.9	11.0	10.6	11.1	17.0	14.9	14.5	17.8
- Augmentation en %	-	+61	+95	-14.7	-3.6	+4.7	+53.1	-12.3	-2.7	+22.8
- Montant cumulés	10.14	16.77	29.64	40.67	51.30	62.42	79.41	94.3	108.8	126.6
- I/FBCF (en %) ⁴⁹	1.1	2.8	3.6	4.9	8.2	10.3	10.8	10.4	9.6	10.3
- I/PIB	0.96	1.71	3.2	2.55	2.51	2.57	3.53	3.0	2.78	2.0
Valeur ajoutée										
- Montant	1.7	2.7	3.6	5.6	8.0	9.5	12.5	14.7	17.2	29.3
- Augmentation en %	-	+58.8	+33.3	+55.5	+42.9	+18.8	+31.6	+17.6	+21.1	+64.6
- VA/ PIB (%)	0.4	0.7	0.9	1.3	1.9	2.2	2.6	3.0	3.3	3.4
Coefficient moyen du capital (I/VA)	2.41	3.96	6.55	6.18	5.65	5.93	5.86	6.0	6.3	4.3
Coefficient marginal du capital (I/ Δ VA)	-	6.6	14.3	5.5	4.4	7.4	5.7	7.4	5.8	1.5
Productivité Marginale du capital = $\Delta VA_t / Lt$	-	0.15	0.7	0.18	0.22	0.13	0.18	0.15	0.17	0.7
Emplois cumulés Lt		2297	3029	3490	6194	7198	9305	12168	14119	16500
Emplois additionnels ΔLt		666	732	461	2704	1004	2107	2863	1951	2381
Productivité Marginale du travail $\Delta VA_t / \Delta Lt$	-	1.501	1.229	4.338	8.870	1.494	1.424	0.768	1.281	2.562

Source : Alaoui (1986, pp.375-389).

b. Les effets

Suite à ce blocage de l'industrie, il y a une orientation vers des secteurs économiques capables de jouer un rôle important dans l'économie grâce à leur rentabilité immédiate où à court terme figure le tourisme. Les planificateurs lui ont donc réservé une place privilégiée dans les plans nationaux de développement économique et social. Aussi a-t-on assisté à partir de 1965 à un mouvement de réallocation des investissements en faveur du secteur touristique dû à la stagnation de la demande intérieure en produits industriels et aux besoins de plus en plus pressants en devises étrangères.

À l'origine du déploiement des investissements dans ce secteur prioritaire et, outre le fait que celui-ci échappe aux restrictions internes de la demande solvable et autres, que connaissent les industries manufacturières import-substitutives, se trouve aussi les immenses avantages qu'offre désormais l'Etat aux entrepreneurs touristiques locaux et étrangers. Parmi ces mesures, on notera :

⁴⁹ Part des investissements touristiques dans la FBCF totale.

- Exonération fiscale pour les cinq premières années;
- Extension aux investissements touristiques des avantages fiscaux offerts aux industries naissantes;
- Déduction de la taxe de production⁵⁰;
- Exemption des taxes locatives et urbaines sur les immeubles nouvellement construits;
- Exonération partielle ou totale des droits de douane frappant les fournitures et matières nécessaires à l'exploitation hôtelière;
- Avantages financiers (garantie de l'Etat pour les emprunts à moyen et à long terme);
- Concession par l'Etat à titre gracieux des terrains destinés à la construction des hôtels;
- Obligation pour la Tunisie d'acheter des équipements dans les pays fournisseurs de capitaux;
- Garantie d'un taux de profit annuel forfaitaire.

Ces avantages en faveur du secteur touristique ont des effets immédiats. Selon Ben Salah (1967) : *«on peut opter pour des établissements touristiques extrêmement simples, modestes [...] si l'on s'oriente vers la simplicité, le montant des investissements tombera de moitié»*. Au-delà de ces avantages, le tourisme a une forte productivité marginale (Safra, 1983, Alaoui, 1986). Comme le montre le tableau 12, la comparaison entre les industries manufacturières et le tourisme dénote une prépondérance de ce dernier en termes de FBCF. En effet, la formation brute du capital dans le tourisme a atteint 38.1% en 1968, alors que dans les industries manufacturières, elle ne dépasse pas 7.7% pour la même période. Cette réalisation en faveur du tourisme est expliquée par une participation importante du secteur privé dans le secteur touristique 43% contre 16.4% pour les industries manufacturières.

⁵⁰ Pour le matériel de transport touristique : la suppression de la TVA au titre des bus et des minibus fabriqués localement acquis par les agences de voyages et l'exonération des droits de douane et de droit de consommation avec paiement de TVA aux taux de 10% au titre des véhicules.

**Tableau 12. Parts respectives des industries manufacturières et du tourisme dans la F.B.C.F
(En MD)**

Années	Ensemble de l'économie						Secteur privé			
	FBCF	FBCF dans les industries manufacturières		FBCF dans le tourisme		FBCF total	FBCF dans les industries manufacturières		FBCF dans le tourisme	
		Montant	%	montant	%		Montant	%	Montant	%
1962	76.9	5.8	7.5	4.1	5.3	8.1	0.8	9.9	-	-
1963	94.3	7.2	7.6	6.6	7	8.8	1.7	19.3	-	-
1964	120.4	22.3	18.5	12.9	10.7	12.4	2.9	23.4	-	-
1965	145	26.2	18.1	11	7.6	14.8	0.1	0.7	-	-
1966	130.8	10.1	7.7	10.6	8.1	23.9	1.6	6.7	9.9	41.4
1967	134.3	12.9	9.6	11.1	8.3	22.9	3.3	14.4	10.6	46.3
1968	138.9	10.7	7.7	17	38.1	2.8	7.3	16.4	16.4	43
1969	148.1	15.5	10.5	14.9	10.1	30.2	4.8	13.3	14.1	39
1970	149.5	18.2	12.2	15.2	10.2	38.4	6.3	15.4	13.6	35
1971	172.2	21.6	12.5	20.4	11.8	46	6.8	14.8	16.6	36
62-71	1310.4	150.5	11.5	123.8	9.5	249.7	31.1	12.5	81.2	32.5

Source : Rétrospectives décennales 1962-71.

1.2- La politique touristique tunisienne à travers les plans nationaux de développement économique et social 1962-1972

1.2.1- Les orientations

L'analyse du contenu de ces plans (1962-1964, 1965-1968 et 1969-1972) permettra de dégager les différentes orientations suivies par les pouvoirs publics tunisiens et d'expliquer les rythmes différents de croissance enregistrés au cours de la période d'observation.

L'Etat tunisien a créé la Société Hôtelière et Touristique de Tunisie (SHTT) ⁵¹ dont les missions étaient multiples : réalisation de l'infrastructure touristique, importation du matériel d'équipement suivi des chantiers, financement des opérations, prise en charge de la gestion des établissements déficitaires créés auparavant par des investisseurs privés et des collectivités locales...

⁵¹ Le 4 Juin 1959.

a. Plan triennal 1962-1964 : phase de conception du tourisme tunisien⁵²

Le développement du tourisme tunisien durant le premier plan (1962-1964) s'est effectué dans le cadre d'un plan de développement intégré pour diversifier la croissance économique. Il s'agissait de développer l'agriculture et l'industrie, de réduire le déséquilibre de la balance des paiements et de limiter les dettes envers l'extérieur. À cela était lié également le désir pressant de promouvoir le progrès humain par une meilleure formation et de multiplier les offres d'emploi. Tous ces objectifs réclamaient un effort financier substantiel si bien que le tourisme fut considéré comme l'un des moyens de se procurer les ressources nécessaires.

L'objectif principal du premier plan triennal est donc de jeter les bases de l'industrie touristique à savoir le développement de l'infrastructure nécessaire afin de stimuler les équipements hôteliers. Financés en totalité par l'Etat, les investissements touristiques ont été plus spécialement orientés vers :

- l'aménagement et la viabilisation de régions ou de zones touristiques (routes, eau, voirie, électrification, télécommunication) ;
- la mise en valeur des stations balnéaires et thermales dont les infrastructures ont été financées en grande partie par l'Etat.

Comme l'atteste le tableau n°13, au cours de la première décennie, l'Etat était quasiment le seul pourvoyeur de capitaux pour financer les infrastructures et en grande partie les infrastructures hôtelières.

Tableau 13. Les résultats de la première décennie (1960-1970)

Désignation	Valeurs additionnelles par décennie financées par l'Etat			Indice de l'année finale de la décennie 1962=100		
	Investissement	Capacité	Emploi	Entrées	Nuitées	Recettes
1 ^{ère} décennie (1960-1970)	144 302	42 359	16 942	1 153	1 479	273

Source : O.N.T.T et Ministère du Plan et de finances/Alaoui (1986).

⁵² Aussitôt, le premier Plan Triennal esquissé, les unités touristiques étaient mises en chantier sur l'initiative de l'Etat. La société Hôtelière et Touristique de Tunisie (S.H.T.T) devait jouer le rôle de pionner (cf. Miossec, 1996, *ibid.*, p. 493).

b. Le plan 1965-1968 : le premier plan quadriennal

À partir de 1966, l'Etat va passer progressivement le relais au secteur privé. Mais si depuis les investissements privés sont plus élevés que ceux de l'Etat en raison de l'élan acquis dans les premières années du développement touristique, ce n'est qu'en 1968 que les investissements cumulés publics seront définitivement dépassés par les fonds privés.

L'année 1968 verra la constitution d'un « véritable trust » de capitaux Américains, Ouest allemands, Danois, Français...., sous forme de sociétés anonymes de 1.500 mille dinars (plus que celui de la Banque Centrale), qui contrôlera l'ensemble du secteur (Fetini 1981, p. 375).

c. Le plan quadriennal (1969-1972)

Pendant les années soixante dix, l'Etat s'est de plus en plus désintéressé de l'infrastructure hôtelière et a réduit ses investissements dans le domaine de l'infrastructure *"considérant que le tourisme est devenu comme une "industrie lourde" qui exige d'importants investissements et qui crée moins d'emplois que dans d'autres secteurs économiques* (Chaker 1984, p. 38) ". Concernant la politique touristique, il s'agit de la création en juin 1969, de la Compagnie Financière et Touristique (COFITOUR), société dont le capital est mixte⁵⁵ car il revient en partie aux étrangers et à la Tunisie. Malgré les initiatives de l'Etat et les réactions des investisseurs privés tunisiens, la mobilisation des capitaux n'était pas suffisante et pas assez rapide pour assurer l'émergence d'un important secteur touristique. L'appel aux investisseurs étrangers allait permettre de renforcer cette dynamique⁵⁶.

La lecture du tableau 14 concernant les investissements engagés par l'Etat dans le domaine du tourisme montre leur déclin régulier surtout à partir de 1965. Ils passent de 88.9% en 1962 à 9% en 1971.

La forte pénétration des investissements privés est due aux encouragements alloués aux investisseurs nationaux et étrangers. Outre les avantages accordés aux nationaux, les étrangers se sont vu offrir la garantie du transfert de leurs bénéfices et du transfert éventuel de leurs capitaux. Ils peuvent aussi contracter des formules d'association et de coopération avec

⁵⁵ Son capital : Etat tunisien, la SFI : Société nationale d'investissement, La société Carthago, Tunis Air Arab African Bank, Industrial promotion services, Americain express compagny, La caisse contrôle de coopération économique, La Stocholm Ensklida Bank, Deutch Entwishlungs gesellschaft.

⁵⁶ "Pour les acteurs politiques et économiques de l'époque, l'accumulation devrait être réalisée sur place, à partir des ressources tunisiennes «capital is made at home» (Nurske) mais pour le tourisme de luxe, pourvoyeur de devises, une entorse était autorisée".cf. Miossec J., 1996, *ibid.*, p.493.

le secteur étatique, le secteur semi-étatique et le secteur privé tunisien. Ce basculement a permis ainsi au pays d'entrer par la grande porte dans la voie du capitalisme.

Tableau 14. Evolution de la part des investissements privés dans le total des investissements touristiques

Années	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971
Investissements										
Inv Public %	88.9	88.0	84.2	49.2	34	26.9	25.4	20.7	13.3	9
Inv Privés	11.1	12.0	15.8	50.8	66	73.1	74.6	79.3	86.7	91

Source : Rétrospectives décennales 1962-1971. Publication du Ministère du Plan 1972.

1.2.2- Prévisions et réalisations

Pour mieux connaître l'évolution du secteur touristique tunisien, il est important de mettre l'accent sur les circonstances de son développement. Le tableau 15 traduit les différents écarts exprimés en capacité de lits, l'entrée des non résidents, les investissements, les recettes et l'emploi.

Nous pouvons remarquer que les recommandations des perspectives décennales (1962-1971)⁵⁸ ont alors insisté sur les infrastructures hôtelières et ont fixé comme objectif de porter le nombre d'hôtels de 95 à 135 et la capacité en lits de 9 406 lits à 31 100 lits. Les investissements correspondants ont été évalués à 72 millions de dinars, se décomposant en construction, d'une valeur de 43.200 millions de dinars, soit 60%, et en équipement, d'une valeur de 28.800 millions de dinars, soit 40%.

Telles étaient les prévisions, mais l'analyse rétrospective des réalisations permet de constater que le développement de l'activité touristique a échappé aux objectifs du planificateur (Alaoui, 1986). En effet, durant la période (1962-1971), le nombre d'hôtels réalisés atteint 226 unités, contre 135 prévus (le Taux de Réalisation des Objectifs (T.R.O)⁵⁹ = 167.7%). La capacité en lits est passée à 41 252 unités contre 31 100 prévues (T.R.O = 132.6%) et les investissements enfin ont été de l'ordre de 144.300 millions de dinars, contre 72 millions de dinars prévus au départ, soit un T.R.O équivalent à 200%.

⁵⁸ Les perspectives décennales, 1962-1972, op.cit.p. 335.

⁵⁹ T.R.O : Taux de Réalisation des Objectifs = (Réalisations/Prévisions).

Tableau 15. Les performances des perspectives décennales

Année	Rubrique Terme	Capacité en lits	Entrée des non résidents	Nuitées des non résidents	Investissements en 1000 dinars	Recettes en devises 1000D	Emploi directs nouveaux
1962	Prévu	500 (M)	92 100(E)	-	-	2000 (M)	-
	réalisé	128	52 752	395 777	4 141	1970	51(E)
1963	Prévu	500 (M)	101 600(E)	-	-	2000 (M)	-
	réalisé	1 666	10 4731	540 759	6 631	3 700	666
1964	Prévu	600 (M)	111 800(E)	-	-	2000 (M)	-
	réalisé	1 830	138 238	694 374	12 864	5 300	732
1965	Prévu	2 875 (M)	170 000	750 000	3 000 (M)	4 500(M)	-
	réalisé	1 153	165 840	1 129 416	11 039	9 200	461
1966	Prévu	2 875 (M)	200 000	900 000	3 000 (M)	5 400	-
	réalisé	5 758	218 817	1 636 881	10 632	13 600	2 704
1967	Prévu	2 875 (M)	240 000	1 050 000	3 000 (M)	6 300	-
	réalisé	3 512	231 088	2 030 086	11110	16 433	1 004
1968	Prévu	2 875 (M)	280 000	1 200 000	3 000 (M)	7 200	-
	réalisé	5 267	330 284	3 082 313	16 995	22 168	2 107
1969	Prévu	4 500 (M)	-	-	15 000 (M)	-	-
	réalisé	7 158	373 320	3 406 422	14 892	26 101	2 863
1970	Prévu	4 500 (M)	-	-	15 000 (M)	-	-
	réalisé	4 876	410 749	3 819 616	14 496	31 600	1 951
1971	Prévu	4 500 (M)	300 000	-	15 000 (M)	14 600	-
	réalisé	5 955	608 206	5 821 090	17 800	53 800	2 381
1972	Prévu	4 500 (M)	450 000	-	15 000 (M)	67 800	-
	Réalisé	5 054	780 350	6 777 779	23 700	68 437	2 022
Total	Réalisé	42 357	3 414 375	29 334 513	144 300	252 309	16 942

Source : O.N.T.T, Secrétariat d'Etat au Plan et aux Finances : « Perspectives décennales et Développement 1962-1971, Groupe Huit et CERES » Villes et Développement RT/MEN/DAT Tunis 1973. M=Moyenne, E=estimation.

Les raisons de l'essor du secteur touristique⁶⁰ peuvent s'expliquer par une conjoncture internationale favorable. En effet, la saturation des zones touristiques européennes et la réduction progressive du poids du transport aérien dans le prix du forfait touristique ont favorisé le développement du tourisme tunisien. En outre, les atouts naturels et culturels de la Tunisie ont attiré l'attention des organisateurs de voyages. Néanmoins, cette évolution du secteur touristique n'a pas pu échapper à certaines lacunes sur plusieurs niveaux :

- au niveau des formules d'hébergement, le plan s'est préoccupé de l'hôtellerie classique de haut de gamme sans accorder une importance à l'animation, ainsi qu'à la diversité des formules d'hébergement et à leurs coûts ;

⁶⁰ Pour les capacités en lits et les recettes espérées, les prévisions ont été largement dépassées. Quant aux entrées, elles étaient légèrement sur-évaluées de 3.3% par rapport à la réalisation.

- au niveau des structures administratives : l'administration a été ainsi privée de sa liberté de décision à cause de la lourdeur des structures et de la centralisation bureaucratique (Alaoui, 1986).

Conclusion

L'échec de la politique économique "de socialisation des moyens de production" en Tunisie peut s'expliquer par l'absence des moyens financiers et humains. Le recours au tourisme était, d'une part, de faire rentrer des devises pour aider au développement économique et social du pays, et d'autre part, de faire sortir l'industrie du blocage. En effet, le gouvernement tunisien a donc "essayé" le tourisme. Cela signifie que le tourisme n'a pas été un choix, mais une opportunité (Chapoutot, 1990) ou une option (Miossec, 1996) de développement. Le résultat est que le développement de l'activité touristique a échappé aux objectifs du planificateur. Selon la source pré-citée : « *Le privé prendra le relais avec d'autant plus « d'ardeur» que le tourisme apparaissait comme le secteur refuge face à la politique de collectivisation du gouvernement de cette époque* ».

Le développement de l'activité touristique en Tunisie depuis le début des années 60 a été fortement conditionné par l'intervention publique, sous deux formes principales : d'une part, les investissements que l'Etat et les collectivités locales ont financés dans des domaines contribuant au développement touristique et, d'autre part, les avantages que l'Etat a consentis pour favoriser la réalisation d'investissements privés dans le secteur du tourisme.

Les blocages de l'industrie amèneront alors le gouvernement à se lancer dans la recherche d'indispensables partenaires étrangers. Selon Felix (1968) : « *Tôt ou tard, sans l'existence d'une autre source de devise, telle que le recours accru aux capitaux étrangers, la non compressibilité du coefficient d'importation global compromet le niveau d'activité de l'industrie nationale* ». Le pays est dès lors confronté au dilemme dramatique de l'endettement extérieur accompagné de la mise en œuvre des thérapeutiques du F.M.I, ou de l'abandon partiel des objectifs de développement.

Pour sortir du blocage de la politique de substitution à l'importation, il s'agit d'envisager le passage de l'import substitution «inward-looking»⁶¹ à l'import substitution «outward-looking». Selon Fetini (1981, p.91) : « *La soutraitance internationale représente donc, une sortie du blocage de la politique de substitution* ».

⁶¹ Le passage d'une économie fermée (inward-looking) à une économie ouverte orientée à l'exportation (outward-looking).

Section 2. Le tourisme et la politique libérale⁶³ des années 1972-1986

Les blocages de l'industrie vont amener le gouvernement Nouira⁶⁴ (après la chute du gouvernement de Ben Salah (1969)), à se lancer dans la recherche d'indispensables partenaires étrangers. En mai 1969, et sous l'égide de l'O.N.U.D.I, furent organisées des « journées de promotion des investissements dans l'industrie tunisienne ». D'après le rapport de l'O.N.U.D.I, les objectifs visés sont :

- établir des contacts directs entre les investisseurs et les bailleurs de fonds étrangers, d'une part, et l'industrie tunisienne, d'autre part;
- préciser les possibilités concrètes d'investissements;
- examiner les possibilités de sous-traitance dans le secteur de l'industrie du vêtement et les industries mécaniques.

À la lumière de ce rapport, la conférence de l'Assemblée Générale des Nations Unies pour le développement (1971) a précisé, afin que les pays en voie de développement ouvrent leurs portes aux capitaux étrangers, que : « *les pays en voie de développement adopteront les mesures voulues pour attirer, encourager et utiliser les capitaux privés, compte tenu des secteurs pour lesquels ces capitaux devraient être recherchés et leur offrir des conditions qui encouragent un investissement soutenu* »⁶⁵. En même temps, le rapport Ayari (1969, p. 17), ministre de l'économie, recommandait que la Tunisie « *oriente de toute urgence ses investissements vers l'exportation pour contrer les effets négatifs du déséquilibre chronique de la balance des paiements [...]* ». Il recommande, entre autres, que les secteurs déjà exportateurs comme les mines, l'industrie chimique et le tourisme soient davantage développés.

L'objectif est alors de sortir du blocage de la politique de substitution aux importations en s'efforçant de développer la sous-traitance dans les branches textile et des Industries Mécaniques et Electriques (I.M.E). Désormais, la sous-traitance internationale entrera dans la

⁶³ Politique de « l'Infitah » : l'ouverture économique.

⁶⁴ « *En Tunisie, nous considérons l'investissement privé étranger comme un moyen de développement important, complémentaire de l'effort national et qui s'inscrit bien dans le cadre des objectifs nationaux* », Hédi Nouira, premier Ministre, Conférence de l'O.N.U.D.I, Tunis 24 juin 1974.

⁶⁵ Programme d'action de l'Assemblée Générale pour la 2^{ème} décennie des Nations Unies pour le développement New-York 1971, Article 19.

politique industrielle de la Tunisie en tant qu' élément moteur d'une stratégie de développement industriel.

Nous allons dans cette section essayer d'analyser, d'une part, la politique de la sous-traitance, ses orientations et ses impacts économiques et, d'autre part, la place du tourisme dans cette politique de développement.

2.1- La politique de la sous-traitance

Les responsables de l'économie tunisienne estimaient que les résultats de l'expérience de «socialisation» n'étaient pas probants: coûts exorbitants des investissements, faiblesse notoire de l'emploi et de la rentabilité des projets (Zouari 1987, p. 28). Pour s'en sortir, la Tunisie doit désormais s'engager dans une nouvelle voie de développement industriel axé sur la réduction des interventions de l'Etat⁶⁷ et mettre en place diverses législations relatives au capital privé national et international. Parmi ces diverses législations, figurent les lois de 1972, de 1973 et de 1974.

2.1.1- Les grandes orientations

a. La loi d'Avril 1972

Cette loi consacre la nouvelle orientation. Elle offre, aux entreprises et établissements produisant pour les exportations, des concessions plus que substantielles :

- exonération de la patente pendant dix ans et réduction du taux de cette imposition à 10% pendant les dix ans qui suivent;
- exonération d'impôt sur les revenus des valeurs mobilières à raison des emprunts contractés pour la formation de l'investissement et de son extension;
- exterritorialité des entreprises étrangères, leur donnant la liberté d'importations de matières premières et équipements, de rapatriement de la totalité de leur bénéfice «en devises».

⁶⁷ Selon Tijani Chelli, P.D.G de l'Agence de Promotion des Investissements (A.P.I) : « *Le rôle de l'Etat ... c'est de permettre au secteur privé de fonctionner* ».

À ces avantages offerts aux capitaux étrangers par la loi 72 s'ajoutent, les lois de 1973 et de 1974.

b. La loi n° 73-82

La loi n° 73 du 31 décembre 1973 relative à la création du fonds de promotion et de décentralisation industrielle (FO.PRO.D.I). Cette loi a pour ambition :

- de favoriser la promotion des entrepreneurs;
- d'encourager la création et le développement des petites et moyennes entreprises industrielles;
- de mettre en œuvre les mesures d'incitation à la décentralisation industrielle.

c. La Loi n° 74-74

La loi n°74 du 3 août 1974 fixe ainsi les conditions et les avantages applicables aux investissements dans les industries manufacturières. Ses dispositions sont fiscales (exonérations des bénéfices à concurrence de 40, 60, 70, 80, ou 90%. selon que les entreprises créent 10, 21, 51, 101 ou 151 emplois) et accessoirement financières ou commerciales.

Ces nouvelles législations favorisent les industries exportatrices qui s'insèrent dans la Division Internationale du Travail (DIT), c'est-à-dire le redéploiement industriel mondial et les manufactures satisfaisant les besoins nationaux. La Tunisie apparaît désormais comme un espace de valorisation plus valable et plus attractif pour les capitaux étrangers.

Pour évaluer la politique de la sous-traitance, il est intéressant de mettre l'accent sur le bilan économique de cette politique ainsi que sur les sources de financement.

2.1.2- Le bilan de la politique libérale

Nous commencerons par dresser le bilan de la politique libérale en considérant l'investissement comme un excellent moyen d'évaluation. La primauté de celui-ci suscite deux réflexions. D'une part, sur les caractéristiques et les effets, et, d'autre part, sur son financement.

a. Les investissements

Comme l'atteste le tableau 16, le principal investisseur au cours de cette période (1972-1986) reste le secteur public (56% pour 72-82 et plus de 50% pour 83-86). Mais son rôle a diminué en comparaison avec la première décennie (1962-1971) : 70.1%. La contribution du secteur privé à l'effort d'investissement connaît une forte progression, suite à l'attitude favorable des pouvoirs publics à l'égard de l'initiative privée (44% du total des investissements contre 30% pendant la première décennie).

Nous remarquons aussi que le taux d'investissement de la Tunisie a évolué positivement durant cette période : il atteint 31.5% en 1985, alors qu'il ne représente que 19.7% en 1973. Ce taux n'a été obtenu que grâce à un engagement exceptionnel de l'Etat. La part de celui-ci dans l'investissement a été constamment très élevée, atteignant plus de 50% de 1973 à 1986, avec des «pics» pendant les périodes d'accélération, à 66.4% en 1977 et 64% en 1978, qui sont imputables aux investissements considérables des entreprises publiques. Ces investissements publics en infrastructures, qui ont été constamment élevés, ont stimulé l'investissement privé et accru sa productivité. Les dépenses en route, moyens de transport, télécommunications ou aménagements de zones industrielles, ont eu un effet positif sur la productivité du secteur privé, notamment **l'industrie et le tourisme**.

En outre, l'effet de cet investissement étatique est important sur la FBCF et le PIB. Ces derniers ont été multipliés presque par 7 durant la période 1972-1986.

Tableau 16. Evolution des investissements (en millions de dinars)

Années	Investissement global	Secteur Public	Secteur privé	Taux d'investissement	FBCF	PIB
1972	236.7	55.9	44.1	22	214.2	1078
1973	232.4	50.7	49.3	19.7	240.1	1181
1974	365.0	53.4	46.6	23.8	318	1534
1975	506.7	54.2	45.8	29.4	461.1	1723.3
1976	578.0	58.3	41.7	30.3	558	1907.5
1977	636.0	66.4	33.6	29.1	636	2187.3
1978	730.0	64	36	29.4	730	2482
1979	851.0	61.6	38.4	29.6	866	2878
1980	950.0	55.5	44.5	28.2	982	3367
1981	1185	50.7	49.3	31.5	1250	3760
1982	1534.2	-	-	-	1546	-
1983	1630	+50%	-50%	-+30%	1523.6	5668.1
1984	1900	-	-	-	1705.8	6412.4
1985	1980	-	-	-	1611.2	7018.3
1986	1908.2	-	-	-	1425.3	7160.4

Source : Rapports annuels de la Banque Centrale de la Tunisie (1972 à 1987)⁶⁸.

⁶⁸ Durant les perspectives décennales 1962-1971, c'est la Secrétariat d'Etat au Plan et aux Finances qui publie les statistiques économiques. Toutes les statistiques ultérieures seront puisées dans les rapports annuels de la BCT, les statistiques financières du Ministère du Plan et la publication des différents plans de développement.

Suite à ces données avancées, nous pouvons répartir la période 1972-1986 en deux phases distinctes : la première de 1972 à 1981 marquée par des investissements importants et une croissance économique considérable. Alors que la période 1982-1986 correspond à une situation particulière marquée par un effort d'investissement exceptionnel du secteur public⁶⁹ et une croissance économique faible ou nulle (la FBCF a connu une stagnation à partir de 1983) provoquant la grave récession de 1986.

b. Répartition sectorielle

La part consacrée aux investissements industriels connaît une progression soutenue durant la décennie (1972-1981) atteignant 39% du total d'investissements en 1981 contre 36% en 1976.

Ce sont les industries manufacturières⁷⁰ et le pétrole qui bénéficient de ce soutien des pouvoirs publics : elles représentent respectivement 17% et 13% de la Formation Brute du Capital Fixe.

Le taux de croissance du PIB a connu une nette amélioration en 1983 et 1984 (respectivement 4.8% et 5.5% (Zouari, 1987) qui est essentiellement dû à la relance du secteur industriel et à l'évolution de la valeur ajoutée agricole.

À partir du tableau 17, on remarque que la part des projets immédiatement productifs⁷¹ dans le total de la FBCF a été très importante (de l'ordre de 57%) :

- les industries manufacturières ont bénéficié de 19.7% de l'ensemble de la FBCF durant les années 82-84;
- quant aux projets à productivité différée (projet d'infrastructure), ils n'ont bénéficié que d'environ 38% du total de la FBCF.

L'étude de l'évolution des investissements et de leur allocation sectorielle reflète donc la préoccupation de restructuration des investissements qui s'est manifestée depuis le début de la deuxième décennie (1972-1981). L'orientation retenue, à cet effet, consiste donc à renforcer la part des investissements à haute intensité de main d'œuvre. La priorité est alors conférée aux secteurs de l'agriculture (744.7 millions de dinars de 1982 à 1984), des

⁶⁹ Malgré un déclin des ressources du pays consécutif à la baisse des revenus pétroliers. L'Etat est intervenu pour accorder des prêts bancaires au profit des entreprises aux alentours de 35% selon les statistiques financières de la BCT (2002).

⁷⁰ Notamment textile, habillement, cuir, papiers, bois.

⁷¹ Tourisme, immobilier, montage, etc....

industries manufacturières (1 047.6 millions de dinars) et du tourisme (209.5 millions de dinars), secteurs qui permettent plus que d'autres d'atteindre les équilibres requis (25% en 1984).

Tableau 17. Répartition sectorielle de la FBCF (en millions de dinars et en pourcentages)

	1982	1983	1984	82-84	%
Agriculture - pêche	204.7	250	290	744.7	(14.7)
Mines	21.6	25	27	73.6	(1.5)
Energie	386.6	282	379	1047.6	(20.6)
Industries manufacturières	283.7	360.3	360	1004	(19.7)
Bâtiment Travaux. Publics (B.T.P)	13	15	16	44	(0.9)
Tourisme	44.5	75	90	209.5	(4.1)
Equipements collectifs	105.5	131.6	163	400.1	(7.9)
Transports et télécommunications	268.4	207	249	724.4	(14.3)
Logement, autres services	236.8	284.1	216	826.9	(16.3)
Total	1565.8	1630	1880	5039	100

Source : Zouari (1987, p. 32).

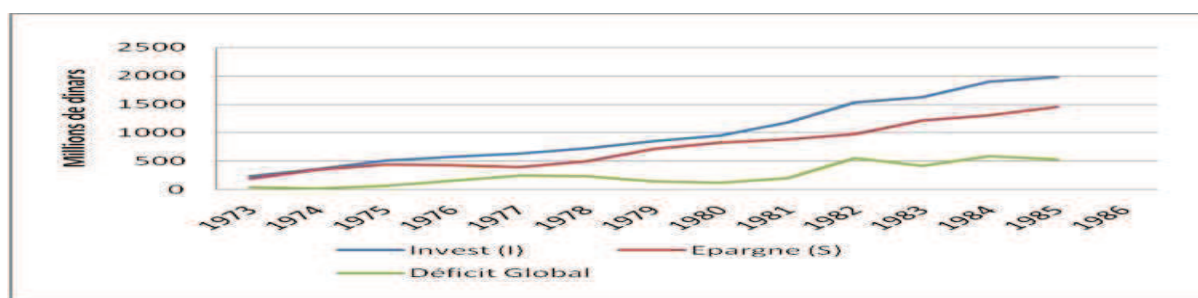
c. L'impact sur l'épargne et la structure de financement

Pendant la deuxième décennie (1972-1981), la Tunisie a reçu d'importantes contributions extérieures pour financer son développement, en moyenne 1 241.1 millions de dinars des fonds.

Si on se réfère au taux de financement externe des investissements, les efforts déployés par la Tunisie pour parvenir à une croissance auto-entretenu sont appréciables⁷².

La figure n°2, nous montre que pendant la période 73-80, il y a une amélioration des investissements suivie par une croissance de l'épargne. Ce qui permet au déficit global de décroître (notamment 74, 79 et 1980).

Figure 2. Evolution du déficit



Source : Rapports annuels de la Banque Centrale de Tunisie (1973-1986).

⁷² La FBCF a été financée par des fonds externes à hauteur de 50%.

Le tableau 18 montre que le financement des investissements est désormais assuré en grande partie par les ressources locales à raison de 80% pour la période 1972-1981. Les ressources extérieures n'interviennent que pour 20% dans la couverture des investissements. Mais à partir de 1982, le taux de financement externe des investissements a connu une légère hausse passant de 26.7% en 1981 à 28.9% en 1985, soit un taux moyen de l'ordre de 27.5%. Cette hausse s'explique en grande partie par les mauvais résultats économiques enregistrés au cours de l'année 1982. Selon Zouari (1987, p. 31), *l'année 1982 est en grande partie responsable de ce retard enregistré puisque le taux de croissance y était nul...*. Elle s'expliquerait par la conjoncture difficile des années 1982-1983 durant laquelle la Tunisie a été confrontée au ralentissement des exportations résultant de la contraction de la demande des pays industrialisés.

Tableau 18. Evolution du déficit en épargne et la structure de son financement
(En millions de dinars)

Années	Investissement	Epargne (S)	Déficit global	Taux de couverture de la FBCF par S	Financement extérieur	Taux de financement externe
1972	236.7	220.2	16.5	93	20.2	8.5
1973	232.4	187.1	45.3	80.5	40.3	17.3
1974	365	349.7	15.3	95.8	2.3	0.6
1975	506.7	445	61.7	87.8	85.1	16.8
1976	578	425	153	73.5	178	30.8
1977	636	391.4	244.6	61.5	243.6	38.3
1978	730	495.8	234.2	67.9	242.9	33.3
1979	851	718.5	140.5	83.9	194.5	22.0
1980	950	825	125	86.8	213	22.4
1981	1185	886	199	83.2	316.5	26.7
1982	1534.2	975	559.2	63.6	442.8	28.8
1983	1630	1212.6	417.4	74.4	417.4	25.6
1984	1900	1310	590	68.9	550	28.9
1985	1980	1450	530	73.2	-	-
1986	1908.2	-	-	-	-	-

Source : Zouari (1987, p. 37), Institut d'économie Quantitative (Ministère du plan et de développement régional, n8, Décembre 1990, p.32).

On peut conclure que l'épargne reste insuffisante pour financer les investissements. En effet, le taux d'épargne se stabilise autour de 20% tandis que le taux d'investissement se maintient à 30% en moyenne. L'effort d'investissement connaît donc un blocage, parce que le pays dépasse ses capacités d'endettement. Pour faire face au problème de financement, l'Etat a suivi dès les années 70, une politique financière basée sur de nombreuses mesures pour

augmenter l'épargne financière⁷⁴. Un contrôle étroit des crédits et des taux d'intérêt réels, souvent négatifs, a été maintenu pour permettre une croissance rapide; cette dernière a contribué à répondre aux besoins de financement, qui augmentaient également très vite. De cette politique a résulté un succès durant les années 70 (l'épargne financière en stock est multipliée par 5.5 en termes réels). Mais à partir des années 80, ce développement connaît des limites (maintenir des taux créditeurs qui n'incitaient pas à épargner de 1974 à 1984⁷⁵), ce qui justifiait la libéralisation financière réalisée dans le cadre du programme d'ajustement.

2.1.4- Les conséquences sur l'équilibre macroéconomique

Pour connaître les conséquences de la politique libérale, nous avons choisi deux variables, la balance commerciale et l'évolution du revenu national moyen par habitant.

a. La balance commerciale

La libéralisation de l'économie est considérée comme une politique favorable au remplacement des importations et comme un encouragement à l'exportation (Hadj Salem, 2004). La période 1973-1986 marque en Tunisie le début d'une nouvelle stratégie de développement basée sur la promotion des exportations⁷⁶. Cette politique a permis d'augmenter la compétitivité des produits tunisiens sur les marchés internationaux (entre 1971 et 1986, le volume des exportations est multiplié par 12, comme le montre le tableau 19).

La meilleure performance en matière de commerce extérieur a lieu en 1974, les exportations, ont couvert 81.4% des importations. Mais à partir de 1975, le taux de couverture diminue et, varie entre 50.9% et 66.1%.

⁷⁴ En offrant de nouveaux produits financiers comme l'épargne logement en 1973, en incitant les capitaux étrangers, notamment ceux des pays pétroliers, à venir s'investir, et en multipliant les agences bancaires (le nombre d'agences pour un million d'habitants triple en 15 ans).

⁷⁵ Les taux réels sur dépôt de douze à 18 mois sont toujours négatifs, excepté pendant deux ans.

⁷⁶ Des facilités aux entreprises exportatrices pour importer des biens intermédiaires ; les droits de douane sur ces biens sont réduits et des avantages fiscaux accordés. En 1985 la suppression des licences d'exportation et des taxes à l'exportation, ou la mise en place des facilités pour l'admission temporaire pour les formalités douanières.

Tableau 19. Evolution des échanges extérieurs

Année	Exportation (X)	Importation (M)	Déficit commercial	Taux de couverture
1972	160.5	234.9	74.4	68.3
1973	178.8	286	107.2	62.5
1974	397.7	488.7	91	81.4
1975	345.6	572.8	227.2	60.3
1976	338.3	656.7	318.4	51.5
1977	398.3	782.4	394.1	50.9
1978	468.4	899.7	431.3	52.1
1979	726.7	1156.8	430.1	62.8
1980	970	1467.1	497.1	66.1
1981	1112.4	1866	653.6	65
1982	1164.8	2008.4	843.6	56
1983	1290	2145	855	60.1
1984	1397	2473	1076	56.5
1985	1435.1	2131.4	1050	59.1
1986	1403.7	2303.7	900	60.9

Source : Rapports de la Banque centrale de la Tunisie (1972-1987).

L'instabilité des exportations s'expliquerait par leur très forte concentration sur quelques produits. Les exportations reposent, en effet, sur un petit nombre de produits alimentaires (huile d'olive : 25.7 MD en 1973 à 53.4 MD en 1986, vin, blé dur, agrumes (8.1 à 21.5 en 1984) et de matières premières chimiques (phosphates de chaux brut (12.93 à 25.8), superphosphates 12.5 MD à 74.7 MD), le pétrole (53.6MD à 339.4MD) et les produits de la conserve. Cette forte spécialisation dans l'exportation des produits primaires et de consommation finale⁷⁸, illustre bien "le caractère primaire" du commerce extérieur tunisien (Zouari 1987, p.83). En effet, face aux besoins de financement interne, les pouvoirs publics ont ouvert les portes aux capitaux étrangers. En ce qui concerne les importations et malgré la conservation jusqu'en 1986 d'un système très protectionniste⁸⁰, le volume des importations est passé de 234.9 millions de dinars en 1972 à 2 303.7 millions de dinars durant la période 73-86. Ces importations sont basées essentiellement sur des biens de consommation (30.2%⁸¹), matière premières et produit énergétiques (30.1%) et des biens d'équipement (26.3%). Cette politique a amené à quelques succès pour certains produits : diminution des biens d'équipement de 5 423.3 MD à 262 MD, Énergie (de 295.4MD à 193 MD), matière première

⁷⁸ Produits agricoles et alimentaires (passés de 29.1 MD en 1970 à 117.8 MD en 1986), phosphate, chimie (de 21.9 MD à 141.8 MD), pétrole (de 26.1 MD à 545.6 MD), textile (de 2 MD à 170.4 MD), Autres biens manufacturés (de 19.7 MD à 43.3 MD).

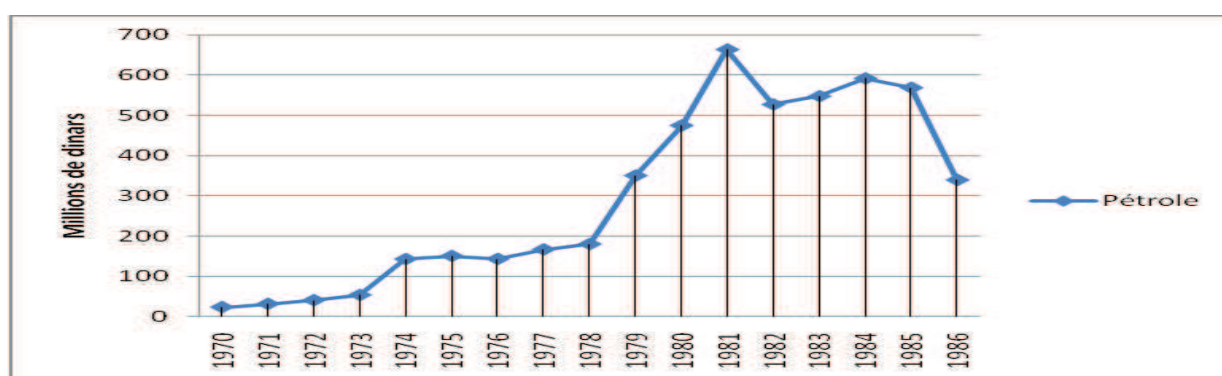
⁸⁰ Avec des quotas et des tarifs élevés. Ainsi, en 1986, 93 % des importations sont soumises à l'octroi de licences et le taux de protection effective atteint 124% pour les biens manufacturés.

⁸¹ Biens alimentaires dont blé dur (2.5 MD à 19.1 MD), blé tendre (24.4 MD à 50 MD), café (3.6 MD à 4.7 MD), sucre (18.8 MD à 53 MD) huile de soja (8.7 MD à 23 MD).

et demi-produit de 2.7%, alimentation de 1% et les biens de consommation de 2.9%. Mais, le solde importations-exportations de biens a enregistré un déficit de 68.9 MD à 497.1 MD durant la même période.

Pour faire face au déficit, les pouvoirs publics ont recouru à l'endettement auprès des pays comme la France, les USA, le Japon et l'Allemagne ou aux organismes internationaux tels que, le FMI ou la Banque Mondiale. Pour financer ses dettes, la Tunisie s'aide des ressources du secteur textile, touristique⁸² et surtout pétrolier. La figure 3 montre l'évolution des revenus pétroliers durant la période 1970-1986.

Figure 3. Evolution des revenus pétroliers 1970-1986



Source : D'après les données de l'INS, la BCT, Alaoui (1986) et Poirier (1995).

La loi du 1972 a bénéficié à certains secteurs, notamment les recherches pétrolières et les textiles. L'accroissement des revenus pétroliers (de 16.4 millions de dinars en 1973 à 178 millions de dinars en 1983) a, par ailleurs, servi à financer des projets touristiques, des projets d'habitat, des projets du secteur textile et quelques projets d'industries mécaniques et électriques. En 1973, il a financé presque la moitié de l'épargne publique.

Pour résumer, on peut dire que le pétrole a influencé l'économie tunisienne durant la période 1973-1986. En effet, de **1973 à 1977**, l'économie tunisienne a bénéficié de l'envolée des prix du baril de pétrole (la participation est égale à 230.8 millions de dinars) et de la hausse significative du prix de certains produits de base. Ensuite, la période **1978-1982** correspond au second choc pétrolier (371.9 millions de dinars) et à une nette accélération de l'endettement extérieur qui a permis à l'économie d'atteindre des taux d'investissements très élevés. Enfin, la période **1983-1986** correspond à une situation particulière marquée par une

⁸² Le tourisme représente presque la moitié de la valeur des services durant la période 70-86 (31.6 MD/67.4 MD à 259.6 MD/454.6 MD).

baisse des revenus pétroliers de 6.3% (contre-choc pétrolier de 1986). Ce qui provoque la récession de 1986.

b. Le revenu national moyen par habitant⁸⁴

Le revenu par habitant à prix courant est passé de 95 DT en 1961 à 137.9 DT en 1970, avec un peu plus de 100 DT⁸⁵ tout au long de la première décennie (1962-1971). Le tunisien appartenant à la classe moyenne disposait d'un revenu qui est parmi les plus bas de la planète. Le tableau 20 retrace l'évolution du revenu moyen par habitant de 1971 à 1985. On peut faire les constats suivants :

- en 1980, le revenu moyen par habitant a atteint 501.7 dinars, soit environ 1 223.7 \$ USA. La Tunisie fait partie du groupe des pays à revenu intermédiaire dont la tranche supérieure est comparable à celle de l'Algérie, de l'Argentine et du Brésil (Zouari 1987, p.65) ;
- en 1981 le revenu a atteint un montant de 580.9 dinars. Il a enregistré ainsi une augmentation de 5.7% en moyenne par an au cours de la première décennie (62-71). Au cours de la seconde décennie (72-81), il atteint une moyenne de 53% par an ;
- en 1985, le revenu est égal à 846.1 dinars et permet de classer la Tunisie dans le groupe des pays à revenu intermédiaire tranche inférieure.

Tableau 20. Evolution du revenu par habitant période 1971-1985

Année	Revenu /tête en dinars	PNB
1971	161	887.6
1972	196.6	1070.1
1973	202.6	1169.1
1974	261.1	1526.3
1975	289.5	1721.8
1976	303.6	1882.3
1977	337.9	2168.5
1978	374	2478.5
1979	431.8	2858
1980	501.7	3315
1981	580.9	4198
1982	650	4871.9
1983	728.5	5591.5
1984	793.6	6280
1985	846.1	6983

Source : Rapports de la BCT, Ministère du Plan(1986).

Il est possible de distinguer dans le marché du travail en Tunisie durant la période 1971-1983 deux compartiments : le marché de l'agriculture et le marché non agricole.

⁸⁴ R= PIB (cf)-Impôts indirects net de subventions.

⁸⁵ 200 \$ USA.

c. Le marché de l'agriculture

L'offre et la demande sont atomisées, la main d'œuvre étant peu qualifiée et inorganisée (Morrisson et Talbi, 1996 p. 37). Le gouvernement a relevé très fortement le salaire minimum agricole (SMAG) durant la période 70-82. Ainsi, il a été augmenté de 91% en termes réels de 1971 à 1983 alors que le salaire réel moyen pour tout le pays ne progressait que 61 pour cent. En raison de l'évolution du contexte socioculturel⁸⁷, et surtout du progrès de la mécanisation dans l'agriculture, le rapport capital/travail a doublé de 1971 à 1983, et l'emploi salarié dans l'agriculture a stagné (il passe de 186 000 en 1975 à 182 000 en 1989), malgré le sous-emploi d'une partie de la main d'œuvre en zone rurale.

d. Le marché non agricole

Il est réparti en deux composantes : l'une, concurrentielle, est constituée surtout de petites et moyennes entreprises (PME) et est intensive en travail; l'autre comprend les grandes entreprises privées ou parapubliques et l'administration. Cette dernière se distingue de la précédente par un rapport capital / travail beaucoup plus élevé et par des salaires et une productivité du travail supérieurs. Par exemple, en 1981, le salaire moyen dans le secteur protégé⁸⁸ était deux fois plus élevé que dans l'industrie textile ou la construction. Cet écart explique le déséquilibre entre l'offre et la demande d'emplois dudit secteur : les candidats sont constamment plus nombreux que les postes offerts, notamment pour les emplois peu qualifiés. Cet écart a été maintenu par les responsables des entreprises parapubliques et de l'administration : ainsi, de 1969 à 1981, le salaire nominal moyen dans ces entreprises a été multiplié par 2.9 à 3.8 au lieu de 2.7 dans l'industrie textile ou 2.0 dans la construction. De tels avantages s'expliquent par les traditions de hauts salaires dans l'administration avant l'indépendance, par la faible part des salaires dans la valeur ajoutée d'entreprises très capitalistiques et par la force politique des syndicats qui ont beaucoup plus d'adhérents que dans le secteur concurrentiel. Certes, ce dernier secteur est également soumis à des interventions publiques sur le marché du travail, telles que le SMIG⁸⁹. On peut donc penser que ce marché du travail fonctionne d'une manière concurrentielle. En revanche, il est certain

⁸⁷ L'information par la radio et la télévision est de plus en plus répandue en zone rurale et les taux de scolarisation pour le primaire y atteignent en 1994 75.9% (INS).

⁸⁸ Les grandes entreprises, les entreprises parapubliques et les administrations.

⁸⁹ Une enquête auprès des micro-entreprises a montré que les patrons contournaient souvent la loi dans la mesure où ils ne payaient pas les heures supplémentaires ou qu'ils maintenaient des ouvriers dans le statut d'apprenti pendant de nombreuses années. (Ben Zakour et Garcia, cités par Morrisson et Talbi, 1996 p. 38).

que ce n'est pas le cas sur le marché protégé qui maintient un niveau de salaire supérieur à l'équilibre de marché et contribue ainsi au chômage⁹⁰. Pour la population au chômage, il semble que le rationnement de l'emploi dans le secteur des grandes entreprises parapubliques et l'administration soit un facteur d'inactivité. Néanmoins, la croissance très rapide de l'emploi dans le secteur concurrentiel, en liaison avec le développement des exportations des biens manufacturés, du tourisme et de la construction (dû à une urbanisation accélérée), a permis de stabiliser le taux de chômage malgré la croissance assez rapide de la population active.

Par ailleurs, le temps de travail a diminué depuis 1960, parce que l'on est passé dans beaucoup d'entreprises privées de la semaine de 48 heures, qui était la règle, à la semaine de 40 heures (1971). De plus, la part de l'emploi dans l'administration et dans les entreprises où l'on respecte la législation sur le temps de travail a augmenté rapidement par rapport à celle de l'agriculture et des micro-entreprises, où cette législation n'est pas appliquée.

Au demeurant on peut constater que les salaires ont presque triplé durant la période 1971-82, que ce soit dans le secteur agricole (SMAG) qu'industriel (SMIG) (voir tableau ci-dessous).

Tableau 21. Evolution des salaires au cours de la deuxième décennie (1971-1982) en dinars

	1971	1976	1981	1982
SMIG Mensuel				
• régime 40H	18.026	25.133	55.586	-
• régime 48 H	21.632	30.16	64.704	85.072
SMAG journalier	0.6	0.9	2	2.4
Salaire annuel moyen (ensemble de l'économie)	515	835	1397	1725

Source : Zouari (1987, p. 66).

2.1.2- Les retombées économiques de la politique libérale

Si on se réfère au tableau 22, on remarque qu'à partir du début des années soixante dix, le tourisme n'apparaît plus comme la source principale de devises (30% des recettes extérieures en 71-80 alors qu'il était 53%). Les pétrodollars, les mandats des émigrés et la vente des produits industriels à l'exportation vont assez vite s'élever à la hauteur des ressources du tourisme international, voire les dépasser. En 1974, le pétrole apparaît comme le premier

⁹⁰ La population au chômage représente un pourcentage assez élevé de la population active (12.6% en 1966 et 14% en 1989). Ces chômeurs sont en majorité jeunes (70% ont moins de 30 ans) et de plus éduqués : de 1975 à 1989, le pourcentage d'analphabètes parmi les chômeurs a baissé de moitié (de 41.5% à 22%) tandis que celui de personnes ayant fait des études secondaires ou supérieures s'est élevé de 11% à 31%.

pourvoyeur de devises. Il faudra attendre 1986 et le contre-choc pétrolier pour que les recettes du tourisme l'emportent à nouveau sur les pétrodollars. En valeurs relatives, l'évolution est très significative des rééquilibrages qui s'opèrent entre les quatre principaux postes de recettes extérieurs.

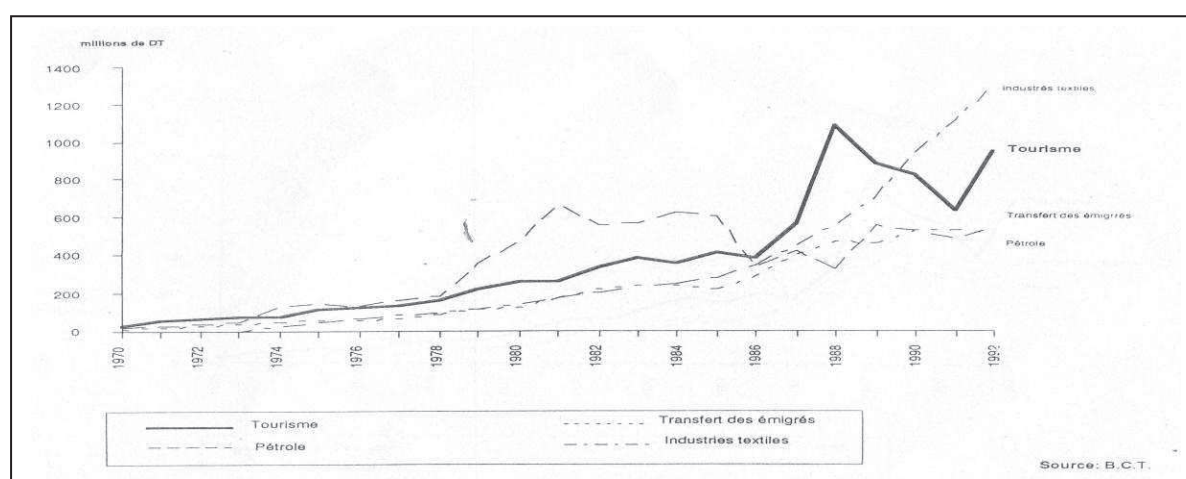
Tableau 22. Les principales sources de recettes extérieures (en pourcentage)

	1960-70	1971-80	1981-90	Moyenne 1961-90
Tourisme	53	30	31	31 (30.79)
Pétrole	30	40	29	31(30.76)
Industries textiles	-	14	23	21
Immigration	17	16	18	17

Source : Rapports annuels (BCT, 1970-1991).

Sur la longue durée, le tourisme est légèrement supérieur (30,79% contre 30.76% au pétrole). Les aléas de l'or noir sont liés aux chocs et aux contre-chocs pétroliers⁹¹.

Figure 4. L'évolution des principales sources des recettes extérieures de la Tunisie



Source : Miossec (1996, p. 503).

Mais l'évolution structurelle significative, c'est la progression des ventes des industries exportatrices du textile et de la confection, inexistantes avant 74. En effet, la décennie soixante dix est caractérisée en Tunisie par la promotion des industries manufacturières. À compter de la mise en application de ces lois de 72 et de 74, les disponibilités en capitaux nationaux n'étant pas illimitées, les investissements s'orientent préférentiellement vers l'industrie plutôt que vers le tourisme. En 1975, avec 8.3 millions de

⁹¹ En 1974 et 1980 le pétrole apporte la moitié des recettes de l'ensemble, en 1986 il intervient pour moins du quart.

dinars seulement, le tourisme enregistre les plus faibles investissements depuis 1964. La même année, les industries manufacturières drainent plus de 80 millions de dinars. De 1974 à 1975, les investissements dans le tourisme diminuent de moitié alors que ceux des entreprises de matériaux de construction triplent. Cette tendance va se poursuivre jusqu'en 1979.

Selon le tableau 23, c'est à partir du 6^{ème} plan (82-86) que le tourisme devient une des préoccupations des pouvoirs publics de l'époque (de 55.4 millions de dinars en 4^{ème} Plan à 504 millions de dinars en 6^{ème} plan).

Tableau 23. Répartition des industries manufacturières et tourisme dans les plans de développement

	Industries manufacturières			Tourisme		
	4 ^{ème} Plan (73-76)	5 ^{ème} Plan (77-81)	6 ^{ème} Plan (82-86)	4 ^{ème} Plan (73-76)	5 ^{ème} Plan (77-81)	6 ^{ème} Plan (82-86)
Stock d'investissements	271.1	818.3	1580.3	55.4	107.4	400.2
Création d'emploi	60000	87400	69200	6000	5000	8600
Coût de création d'une unité d'emploi (en D)	4518	9363	22837	9233	21480	46535
Indice coût de création d'emploi (4 ^{ème} Plan à base =100)	100	207	505	100	233	504
Indice des prix totaux (1973=100)	100	-	305	100	-	205

Source : Banque Centrale de la Tunisie et Document de 6^{ème} Plan.

Pour analyser l'évolution du secteur touristique en Tunisie, il nous faut approfondir les recherches sur le développement du tourisme au sein de cette stratégie libérale.

2.2- La place du tourisme dans les plans de développement 1973-1986

Comme il a été précisé dans la section précédente, l'État ne va plus guère investir directement dans cette activité, pas plus que dans les autres secteurs. Ainsi, l'État ouvre plus largement le secteur aux investissements privés par le biais du financement bancaire, le financement des investissements demeurant très étroitement sous l'emprise de la puissance publique. Nourira (1969) a annoncé clairement sa conception libérale: *«l'Etat peut organiser les ressources sans être propriétaire. C'est le contrôle qui compte, pas la propriété»*. Mais, après les médiocres saisons de 1973 et de 1974, l'Etat a annoncé un programme pour développer le secteur et attirer les investisseurs arabes.

En plus de la nécessité d'une relance globale du tourisme, quatre autres avantages, relèvent d'une politique d'encouragement réservée aux jeunes promoteurs, ont été adoptés :

- 1- Eviter la concentration de la propriété hôtelière et touristique entre les mains d'une minorité;
- 2- Faire évoluer l'entreprise actuelle de type souvent familial et l'adapter aux règles d'une gestion moderne;
- 3- Elargir le corps des entrepreneurs dans le secteur notamment en l'ouvrant à une frange plus jeune de la population, jusque là simplement salariée;
- 4- Permettre aux jeunes cadres hôteliers et du tourisme de se hisser au rang de promoteurs et de gestionnaires responsables (COFIT 1975).

En outre, on a assisté à la volonté de favoriser la diversification d'un secteur aux produits standardisés et figés. Mais c'est surtout le désir et la nécessité de renouvellement des acteurs qui transparaît avec la promotion de jeunes talents. Enfin, un renforcement du secteur bancaire s'est effectué et qui s'adapte aux règles modernes et internationales de la finance. Les banques de développement, B.D.E.T. et B.N.D.T.⁹² (ex COFITOUR et COFIT), les institutions conjointes, parmi elles B.T.K.D et STUSID, vont être plus particulièrement soucieuses d'investissements touristiques.

2.2.1- Les investissements privés

La présence des investisseurs privés s'observe dans les financements (banques tunisiennes ou étrangères) et dans les investissements (investisseurs tunisiens, arabes et européens).

a. Les institutions financières dans le secteur touristique

Le financement des projets touristiques a un rôle important dans le secteur touristique ; il prend ici deux formes :

- **Les institutions financières tunisiennes** : elles représentent 82.63% des flux financiers injectés dans le tourisme de 1981-1990. Parmi les principales institutions financières on peut citer :
 - ✓ Société Tunisienne des Banques (STB) : principale banque en Tunisie, elle a une double fonction : banque de dépôt et banque de développement.

⁹² Banque Nationale de Développement Touristique.

- ✓ COFITOUR⁹³ : création de la Compagnie Financière et Touristique en 1969, à l'initiative de l'Etat tunisien et de la Société Financière Internationale (SFI).

b. Les Banques off-shore

Elles renforcent leur professionnalisme dans les montages des projets aux coûts de plus en plus élevés. Les principaux projets réalisés sont :

- la fin du programme de Djerba la douce, géré par le Club Méditerranée et réalisé par la société Carthago. La participation est multinationale : il s'agit de capitaux français (Banque Nationale de Paris (BNP) Paribas, Union des Assurances de Paris (UAP), Mutuelle Générale Française des Accidents), de capitaux Suisses (Compagnie suisse de réassurance), de capitaux allemands (Munchener Ruckversicherung) et Danois (Henrisken et Larsen).
- La réalisation du Phenica (Neckermann und Reisen et Tunisian Travel Service) et du Sahara Beach (société Rym de Thomson Holidays).

Ces investissements représentent environ 20 millions de dinars dont 10.498 millions de dinars de participation directe des capitaux extérieurs (Miossec 1996, p. 512).

On remarque une réaction des investissements directs de l'Etat, une réponse modérée des privés nationaux. Le tourisme n'a bénéficié des capitaux étrangers qu'à partir de 1975. Les acteurs tunisiens sont majoritaires avec 54% du coût total des réalisations touristiques, un peu plus si l'on tient compte de leurs prises de participation dans des projets étrangers dont plus de 1/10 du capital des sociétés est contrôlé par les tunisiens.

Tableau 24. Evolution des investissements touristiques par type d'investisseur(en dinar tunisien)

Années/ acteurs	Etat tunisien	Privés tunisiens	Etrangers	Total
1981	3 750	31 460	29 000	64 210
1982	2 600	30 730	9 300	42 610
1983	-	6 283	11 380	17 663
1984	-	13 804	52 035	65 839
1985	-	17 414	37 805	55 219
1986	-	3 954	-	3 954
1987	1 920	90 633	50 190	14 2743
1988	-	83 775	88 685	17 2460
1989	23 700	130 630	95 700	250 030
1990	-	71 875	51 400	123 275

Source : Miossec (1996, p. 560).

⁹³ En 1977, cet établissement financier prenait le nom COFIT. En 1982, il est devenu la Banque nationale de développement touristique (BNDT).

2.2.2- Les investissements étrangers dans le tourisme tunisien

Les investisseurs étrangers sont principalement arabes et européens :

a. Les investissements arabes

Les investissements arabes sont principalement libyens ou provenant des pays du Golfe (Koweït et Emirats) :

- La Société Tunisienne de Banques (STB), qui pilotait le programme Dar Jerba (Société Tourgueness⁹⁵), avait démarché une participation libyenne de 32% du capital.
- Arab International Bank (A.I.B), consortium bancaire arabe créée en 1973, était également présent dans le capital initial (4.44%) et plus nettement en 1979 avec 10% du capital et 9.6% des crédits. Les institutions tunisiennes conservaient cependant la majorité des actions et la gestion de ce projet.
- Le Fonds d'Abou Dhabi de Développement, en 1976, prend une participation dans le capital de la Société d'Etude et de Développement de Sousse Nord (SESN). Le fonds intervenait initialement pour 1.1 millions dinars (24.44%) dans le capital et 2.3 millions de crédits de 6.3 millions dinars.
- L'argent des Etats du Golfe/ Koweït : dans la convention⁹⁶ entre l'Etat tunisien et le Consortium Koweïtien d'Investissements Immobiliers (CKII), ce dernier s'engageait à mettre en dépôt dans les banques tunisiennes 25% de sa quote part en devises étrangères et à investir pour la période 1977-1984. Pendant la durée du cinquième plan, 30 millions de dinars ont été injectés dans le tourisme en échange d'une exonération d'impôts sur le bénéfice pendant 10 ans. En 1981, la convention fut renouvelée avec un engagement de la part des Koweïtiens en vue d'investir 50 millions comprenant :
 - ✓ La création de la Société d'Investissement Touristique Tuniso-Koweïtienne (SITTKO), chargée de réaliser l'hôtel "Diar al Andalous" et "Nejma" à Sousse Nord. En Mars 1980, le CKII détient plus de 70% des parts. Quant au crédit, la

⁹⁵ Du nom du cap sur lequel le complexe hôtelier fut localisé.

⁹⁶ Signée le 21 Septembre 1976.

partie koweitienne engage 18 millions, les institutions financières tunisiennes 8.400 millions. La répartition se fait donc ainsi : capitaux propres 40% et crédits 60%.

- ✓ Douze unités ont été réalisées, une treizième est en voie d'achèvement et une quatorzième est gérée par la société de gestion CTKD, la société Abou Nawas de gestion touristique.
- ✓ Les Institutions financières qui appartiennent au gouvernement Koweitien sont: la "Kuwait foreing trading contracting», "Investment compagny" et "Kuwait International Investment Compagny".

Ces investissements selon Miossec (1996, p. 536) *« portent la marque de l'internationalisation des capitaux et du recyclage des pétrodollars dans l'immobilier touristique »*.

b. Les investisseurs Européens

Les capitaux Européens assurent 8% des investissements. Il s'agit des capitaux :

- Français : Accor, Fram, Nouvelles Frontières (détenant plus de la moitié);
- Allemands : Jecotour;
- Britanniques : Air tour;
- Espagnol : NUR, Alpitour, Pemba;
- Luxembourgeois;
- Suisses;
- Italiens.

Les investissements européens restent modestes (21 réalisations) aux regards de ceux des pays du Golfe, mais dans l'ensemble les capitaux étrangers sont le plus souvent associés à des capitaux privés et les banques peuvent jouer un rôle de premier plan dans la conduite des investissements et du financement du tourisme.

2.2.3- Les investissements publics

Le rôle de l'Etat se répartit en deux fonctions : le contrôle du secteur et l'aménagement des territoires.

a. Contrôle du secteur

Cette mission a été attribuée à l'Office National du Tourisme Tunisien (ONTT). Cet établissement public a été créé en vertu du décret 76-977 du 11 Novembre 1976.

L'ONTT a pour mission :

- d'élaborer et mettre en œuvre la politique du gouvernement dans le domaine du tourisme;
- de promouvoir l'aménagement et l'équipement des zones d'intérêt touristique;
- de veiller à la mise en œuvre des dispositions réglementaires par les personnes publiques et privées, physiques et morales qui œuvrent dans le domaine du tourisme;
- d'aider les personnes physiques ou morales, publiques ou privées qui œuvrent pour le développement du tourisme, en leur octroyant dans le cadre de la législation en vigueur, l'assistance technique ainsi que les aides et les encouragements nécessaires;
- d'assurer la formation des cadres et du personnel d'exécution nécessaires à la gestion des entreprises qui se consacrent au tourisme;
- de mener une action coordonnée en vue de la promotion du tourisme par toutes les mesures nécessaires notamment la construction, l'aménagement et l'exploitation d'établissements touristiques, la publicité, l'organisation de manifestations d'intérêts touristiques.

Outre l'ONTT, ont été créées l'Agence de Promotion des Investissements (API) et l'Agence de Financement de Tourisme (AFI) pour le contrôle du secteur.

b. Les aménagements de terrains équipés et la réalisation d'infrastructures

L'Agence Foncière du Tourisme (A.F.T) : cet établissement public à caractère industriel et commercial, a été créé en vertu de l'article 1^{er} de la Loi n°73-21 du 14 avril 1973 relative à l'aménagement des zones touristiques, industrielles et d'habitation. Elle est placée sous la tutelle du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat.

Les fonctions de l'A.F.T sont d'acquérir, aménager et céder les terrains destinés à la construction des établissements touristiques. Elle est habilitée à procéder, à l'intérieur des zones touristiques, à toutes les opérations immobilières d'acquisition des immeubles nécessaires à l'exécution de sa mission, à l'exercice du droit de préemption, à la vente de

terrains et immeubles dont elle est devenue propriétaire, ainsi qu'à toutes autres opérations entrant dans le cadre de sa mission⁹⁷.

Outre l'AFT, il y a eu la création de **l'Office Nationale de l'Assainissement (ONAS)**, **l'Agence Foncière de l'Habitat (AFH)** et **l'Agence de Réhabilitation et de Rénovation Urbaine (ARRU)**. Ces agences ont pour objectif l'aménagement des zones touristiques industrielles et d'habitation. Elles sont devenues des partenaires de tous les jours sur le front de la croissance économique et du développement du secteur touristique.

À travers ces investissements, l'Etat a réussi à inciter le secteur privé à investir dans une activité rémunératrice d'autant plus qu'il prenait en charge infrastructures et équipements tirant profit de la seule vente des lots viabilisés en zone touristique.

Les interventions de ces investisseurs se portent vers quelques zones bien précises⁹⁸. Par ailleurs, l'Etat et la Société d'Etudes et de développement touristiques ont réalisé les infrastructures susceptibles d'accueillir ces projets d'investissements.

La recherche d'espaces de premier choix des rivages tunisiens a été une préoccupation principale des entrepreneurs.

2.2.4- Prévisions et réalisation

De 1973 à 1986, 573 millions ont été investis. Le secteur public est intervenu avec presque une quarantaine de millions de dinars, soit nettement moins comparé au passé. Les investissements étant le fait principalement d'entreprises extérieures à la Société Hôtelière du tourisme Tunisien(SHTT).

Les privés tunisiens ont injecté 90 millions de dinars, en très légère augmentation alors que la part des étrangers augmentait et s'établissait à 13% des investissements totaux.

Tous ces projets sont concentrés dans les trois régions motrices du tourisme tunisien : Hammamet-Nabeul, Sousse-Monastir et Djerba-Zarzis. Selon Miossec (1996, p. 596), les années 80 représentent *«une ère de promotion touristique à grande échelle»*. La structure bancaire s'est adaptée aux institutions financières de développement capables d'épauler des projets de plusieurs millions, voire de plusieurs dizaines de millions de dinars. L'apport d'argent en provenance de l'extérieur, en particulier dans le cadre de la rente pétrolière des Etats arabes du Golfe, a permis des réalisations conjointes qui ont pour certaines pris une

⁹⁷ Elle dispose d'un effectif de 165 agents, dont 70 cadres et 67 agents de maîtrise et fonctionne avec 7 Directions centrales et 5 Délégations régionales.

⁹⁸ Hammamet-Nabeul, Sousse-Monastir et Djerba.

réelle ampleur, sur le territoire tunisien. C'est le cas, par exemple, des investissements que le Consortium Tuniso-Koweïtien de développement a mené à bon port.

Malgré une conjoncture politique et économique très maussade en milieu de décennie (1972-1981), le secteur privé tunisien a continué à investir dans le secteur touristique, alors que les investissements publics ont diminué. Néanmoins, l'Etat garde la main sur les investissements par le contrôle des banques, principales sources de financement des investissements privés.

Selon le tableau 25, la période de 1973 à 1986 a été celle de la croissance ralentie des indicateurs structurels (investissements capacité, emplois). À signaler que les investissements additionnels durant cette période ont atteint 158.398 millions de dinars contre 144.3 millions pour la première décennie 1962-1971, soit un accroissement de 9.7% (ONTT, 2005). Les principales remarques sont :

- la capacité additionnelle de la première décennie a été de 42 359 lits, elle a baissé pendant la période 1972-1982 et n'atteint plus que 29 537 lits, soit une diminution de 30.2% et puis pendant la période 1983-1986 elle a connu une augmentation pour atteindre 52 332 lits, soit une légère augmentation de 23.54%, cela s'explique par les crises successives des années 1982 et 1986¹⁰⁰;
- de même, les nouveaux emplois créés ont enregistré une légère augmentation de 4 030 emplois (16 942 emplois de 1962 à 1972 et 20 972 emplois de 1973 à 1986);

Les performances du secteur ont enregistré une forte croissance d'une période à l'autre. En prenant comme année de base 1960 = 100 et comme année d'observation l'année 1986, nous constatons que les entrées ont été multipliées par 28.47 pendant la période de 1973 à 1986 contre 14.79% (1962-1972). Les recettes ont été multipliées par 195.84 contre 34.74%.

¹⁰⁰ La baisse du prix du pétrole et l'endettement extérieur insupportable.

Tableau 25. Evolution du secteur touristique (prévisions-réalisations) de 1973 à 1986)

Année	Rubrique Terme	Capacité en lits	Entré des non résidents	Nuitées des non résidents	Investissements en 1000 D ¹⁰¹	Recettes en devises 1000 D	Emploi directs nouveaux
1973	Prévu	8 700	912000 (M)	7937000	22000(M)	79400	3412(M)
	réalisé	6 618	721897	5882497	24400	72395	2648
1974	Prévu	9 000	1052000(M)	9156000	24000(M)	91600	3412(M)
	réalisé	2 824	716003	5636385	13200	80873	1129
1975	Prévu	8 500	1186000(M)	10320000	25000(M)	103200	3412(M)
	réalisé	6 649	1013851	8652556	8300	115158	2660
1976	Prévu	8 500	1321000(M)	11320000	29000(M)	115000	3412(M)
	réalisé	936	977818	88988029	9500	126918	374
1977	Prévu	2 000	1050000(M)	10030000	12000(M)	149000	1240(M)
	réalisé	764	1015966	8117577	10500	139439	306
1978	Prévu	3 000	1150000(M)	10830000	17000(M)	167000	1240(M)
	réalisé	1 962	1141942	8804945	17200	169691	785
1979	Prévu	4 500	1260000(M)	11680000	20000(M)	185000	1240(M)
	réalisé	2 784	1355951	11170943	10000	219186	1113
1980	Prévu	4 500	1380000(M)	12610000	24000(M)	209000	1240(M)
	réalisé	2 686	1602054	12097984	31638	259703	1075
1981	Prévu	4 500	1500000(M)	13500000	22000(M)	232500	1240(M)
	réalisé	4 318	2150996	12507196	33660	295200	1727
1982	Prévu	3 600	2000000(M)	14000000	95700(M)	346000	2400(M)
	réalisé	4 380	1355129	11160209	43000	340700	1752
1983	Prévu	4 850	2000000(M)	14600000	95700(M)	389000	2400(M)
	réalisé	1 935	1438872	10330408	74500	389200	774
1984	Prévu	5 650	2000000	15450000	95700	445000	2400
	réalisé	2 102	1579607	10251787	113210	357700	841
1985	Prévu	7 200	2000000	16450000	95700	511000	2400
	réalisé	9 011	2002997	12671218	98292	415000	3603
1986	Prévu	8 700	2000000	17600000	95700	595000	12000
	réalisé	5 363	1502092	12549689	85000	385800	2185
Total	réalisé	52 332	18575175	218841423	572400	3366163	20972

Source : Rapports annuels (ONTT 1973-1987), M : Moyenne.

À partir du tableau ci-dessus, nous pouvons tirer quelques remarques :

- Concernant la méthode de calcul des prévisions, les valeurs sont calculées d'une façon simpliste et mécanique (Chaker 1983, p. 41), Ces prévisions ne s'appuient nullement sur des méthodes scientifiques employant les instruments rationnels d'analyse et de prévision. En effet, ces dernières ne sont plus établies selon un modèle économétrique qui devrait tenir compte aussi bien des paramètres endogènes au secteur que des paramètres exogènes des autres secteurs de l'économie nationale (socioculturels et écologiques) et internationale (concurrentiels).

¹⁰¹ 1D = environ 10 FF

- En ce qui concerne la stratégie de développement touristique : on constate un changement radical d'orientation. En effet, l'Etat qui était quasiment le seul pourvoyeur de capitaux durant les années soixante pour financer les infrastructures et en grande partie les équipements hôteliers, se désintéresse de plus en plus durant les années soixante dix de ceux-ci et a réduit ses investissements dans le domaine de l'infrastructure considérant que le tourisme est devenu comme une industrie "légère" qui exige d'importants investissements et qui crée moins d'emplois que d'autres secteurs économiques.

Le tableau 26 résume les principaux résultats de deux stratégies. En comparant la variation des indicateurs dans les deux périodes (62-72 et 73-86), nous pouvons remarquer une croissance significative de l'investissement (187%), avec une capacité hôtelière et une création d'emploi moyenne égale à 23%. Ces résultats montrent bien qu'il s'agit d'une normalisation du secteur touristique. Rompant avec la phase précédente (1962-1972), l'Etat ne va plus guère investir directement dans cette activité pas plus que dans les autres. Il va, par contre, renforcer son contrôle par l'intermédiaire des banques créditrices et encourager les hôteliers à une gestion efficace et les unités chancelantes¹⁰⁴, à un assainissement progressif.

Tableau 26. Données comparatives des deux stratégies (1962-72 et 73-86) dans le secteur touristique

Désignation	Valeurs additionnelles par période		
	Investissement	Capacité	Emploi
1962-1972	144.302	42 359	16 942
1973-1986	572 400	52 332	20 972
Variation¹⁰⁵ (%)	187	23.59	23.78

Source: Stat.O.N.T.T (2005) / Elaboration personnelle.

¹⁰⁴ Il s'agit notamment des hôteliers endettés ou en liquidation.

¹⁰⁵ Pour calculer la variation des investissements tunisiens durant la période 1962-1972 et 1973-1986, j'ai pris en compte les taux d'inflation durant ces périodes (indice des prix selon l'INS 2009).

Conclusion

Deux phases caractérisent la période 1971-1986 :

- 1971-1981 : croissance économique suite au développement des secteurs du tourisme, du textile et la rente pétrolière.
- 1982-1986 : une crise économique liée à des causes structurelles constituées par des ressources naturelles limitées exigeant des capitaux étrangers pour la Tunisie. En effet, malgré les progrès importants enregistrés durant cette période, la Tunisie reste handicapée par une structure sociale encore traditionnelle fondée sur un secteur agricole peu productif regroupant une part importante de la population.

En plus, les réserves de phosphates, de qualité moyenne, ne peuvent être exploitées que dans la mesure où elles sont transformées en engrais par traitement chimique. Ensuite des difficultés économiques conjoncturelles. En effet, les réserves pétrolières de la Tunisie, malgré quelques nouvelles découvertes dans le Sud du pays et la poursuite d'un programme d'économie d'énergie s'épuisent progressivement. Seul le secteur des services commence à prendre son essor, avec le développement du tourisme de masse, ainsi qu'un secteur financier, au sein duquel coexistent des banques tunisiennes et étrangères (pour la plupart des capitaux arabes), qui soutiennent les projets immobiliers et touristiques. En 1986, la Tunisie va connaître des difficultés économiques qui expliquent les raisons de la mise en place le Programme d'Ajustement Structurel (PAS) pour sortir des problèmes causés par l'endettement.

Zouari (1987, p. 115) a cité les principales raisons de la crise (82-86) :

- une croissance économique de -1.4%;
- un taux de chômage avoisinant les 15%, un taux d'inflation de 10%, une progression des besoins alimentaires dépassant 300 millions de dinars tunisiens;
- une aggravation du déficit commercial lié à un accroissement annuel moyen des importations supérieur à celui des exportations au cours du VIIème plan (1982-1986) (6.1% contre 3.2% (prix courants));
- un endettement extérieur excessif (48.9% du PNB);
- des réserves en devise quasi-nulles (5 jours d'importations à la fin du mois d'avril 1986).

Section 3. Tourisme et Programme d'Ajustement Structurel (PAS) dans la politique de promotion à l'exportation (1987-2009)

Depuis 1987, la Tunisie vise une insertion à l'économie mondiale par le marché: le processus se traduit par un mouvement de libéralisation, de déréglementation et de privatisation (Rallet, 1995). Elle essaye en parallèle de maintenir sa stabilité macro-économique au niveau interne. Pour mettre en évidence ces deux objectifs, le gouvernement tunisien a élaboré une série de plans de développement quinquennaux¹⁰⁶.

Pendant la période du 1987-2009, la physionomie de l'économie tunisienne a connu une évolution par rapport à son premier projet qui consistait à ce qu'elle soit plus ouverte au niveau mondial. Les objectifs fixés par la Tunisie dans ces plans sont le renforcement de la compétitivité de son économie et l'allocation rationnelle de ses ressources. Le Programme d'Ajustement Structurel (PAS) imposé par le FMI figure parmi les mesures et les réformes prises pour la concrétisation de ces objectifs. Cette politique a changé en profondeur le fonctionnement de l'économie tunisienne. En effet, celle-ci connaît, pour la première fois depuis l'indépendance, un environnement concurrentiel. Certes, l'Etat continue à jouer un rôle économique important en raison de son poids dans les infrastructures, l'industrie, la banque et du volume des investissements publics.

Toutefois, les règles du jeu ont complètement changé. Le Programme d'Ajustement Structurel marque une rupture aussi importante que celle menée par Nouira (1970) après l'arrêt de l'expérience socialiste. Mais ces ruptures ne doivent pas faire oublier la continuité des politiques menées dans certains domaines comme le tourisme.¹⁰⁸ Le tourisme a donc bénéficié de cette nouvelle politique, puisque c'est un secteur s'intégrant dans la stratégie de promotion des exportations. Il est recommandé d'encourager les exportations destinées au secteur touristique par un système de détaxe¹⁰⁹, le paiement de devises, le développement des produits et services nouveaux et l'amélioration de la qualité de ceux existants. Qui plus est, il a fallu développer au maximum la vente des produits nationaux dans les « duty-free ».

¹⁰⁶ Il s'agit du : VII^{ème} plan de développement (1987-1991), VIII^{ème} plan de développement (1992-1996), IX^{ème} plan de développement (1997-2001), X^{ème} plan de développement (2002-2006) et XI^{ème} plan de développement (2007-2011).

¹⁰⁸ Même pendant la période socialiste, l'Etat encourageait la croissance du secteur touristique privé qui n'a cessé de se développer avec le soutien de l'Etat.

¹⁰⁹ L'exonération de TVA des achats des touristes de passage en Tunisie à travers le remboursement.

Nous allons essayer d'examiner, dans cette section, la politique de promotion des exportations : les réformes structurelles, les politiques d'accompagnements, le bilan macro-économique et enfin la place du tourisme dans cette politique de développement.

3.1- Les réformes structurelles et les politiques d'accompagnements

Il s'agit principalement de définir les réformes structurelles ainsi que les politiques d'accompagnements.

3.1.3- Les réformes

Les principales réformes concernent le plan d'ajustement structurel (PAS) et la privatisation de l'économie tunisienne.

a. Le plan d'Ajustement Structurel (P.A.S)

Pour surmonter la crise d'endettement, la Tunisie a accepté, en 1986, l'adoption d'un P.A.S¹¹⁰, qui compose la base du VIIème plan de développement économique et social (1987-1991). Le Plan de redressement économique est également fondé sur la dévaluation du dinar tunisien de 10% par rapport aux principales monnaies utilisées dans les paiements extérieurs de la Tunisie¹¹².

Le P.A.S comprend deux types de mesures : des mesures à court terme pour la stabilisation de l'économie¹¹³ (ajustement à court terme, type FMI classique) et des mesures à long terme pour l'ajustement structurel¹¹⁴ (ajustement à long terme, type Banque Mondiale).

La Tunisie a adopté ce plan d'ajustement qui repose sur une politique de limitation de la demande intérieure et d'accroissement de l'offre dans le but d'assurer une meilleure allocation des ressources.

¹¹⁰ C'est le 4 novembre que la Tunisie a signé un accord avec le FMI dans le cadre de l'adoption d'un plan de redressement économique type FMI.

¹¹² Ainsi à titre d'exemple, le dollar américain dont le cours moyen pour transaction en compte était de 0.7816 le 18/18/86 est passé à 0.8644 le 19/08/86.

¹¹³ Pour résoudre des difficultés ponctuelles (au niveau national, rétablir l'équilibre entre les revenus et les dépenses d'un pays).

¹¹⁴ Qui aboutissent à une restructuration économique vers des secteurs prometteurs renforcés.

Le P.A.S tunisien a trois objectifs : le premier consiste à réaliser un équilibre des paiements extérieurs, le deuxième, porte sur la gestion rigoureuse de la demande intérieure, le troisième, quant à lui, se caractérise par le fait de réaliser une croissance équilibrée.

b. La privatisation

La privatisation constitue une composante principale du programme d'ajustement structurel. Ce Programme a été lancé entre 1987-1996, il s'agit d'une privatisation partielle ou totale de 81 entreprises tunisiennes. Ce sont en général des petites et moyennes entreprises dans les secteurs du tourisme et de l'artisanat. Selon Mokadem (2002, p. 1) : *« C'est à travers cette approche que les pouvoirs publics ont fait de la privatisation un des axes du développement du secteur privé [...].La privatisation constitue un vecteur pour stimuler l'investissement étranger ».*

L'objectif de la privatisation des entreprises publiques est la poursuite du programme de restructuration et de libéralisation de l'économie qui vise le renforcement de son intégration dans l'économie mondiale. En outre, ce programme offre de nouvelles perspectives pour promouvoir et développer l'initiative privée, atteindre des paliers de croissance permettant d'intensifier les créations d'emplois et d'améliorer le niveau de vie, mobiliser les investissements étrangers et dynamiser le marché financier. En d'autres termes, selon Mokadem (2002, p. 1), la privatisation vise principalement à :

- améliorer l'efficacité et la compétitivité des entreprises privatisées;
- consolider l'équilibre des finances publiques en réduisant, d'une part, les dépenses prises en charge par le budget de l'Etat au titre de certaines entreprises, et en lui procurant, d'autre part, des ressources additionnelles permettant de soutenir l'effort de l'Etat notamment dans les domaines de l'éducation, de la formation, de la santé et de l'infrastructure;
- remplacer l'Etat dans la fourniture de quelques services traditionnellement assurés par le secteur public.

3.1.2- Les politiques d'accompagnements

Nous mettons l'accent sur la promotion des exportations et la politique financière, les deux ayant pour objectif principal de faciliter l'investissement pour développer l'économie tunisienne.

a. La promotion des exportations

La Tunisie a utilisé un ensemble d'instruments dont le but était de promouvoir les exportations. Parmi ces instruments, nous citons :

- la politique monétaire : les politiques de taux de change qui consistent, par exemple, à dévaluer le dinar tunisien en 1986-1987;
- la libéralisation du commerce : supprimer les droits de douanes sur les intrants importés utilisés dans la sous-traitance des produits à l'exportation;
- l'encouragement dans les domaines fiscal¹¹⁵ et financier¹¹⁶;
- l'assistance technique ou la formation à chaque industrie.

La promotion des exportations constitue un moyen efficace de la progression vers l'intégration dans l'économie mondiale. L'objectif de l'Etat est d'accroître le rythme des exportations à des niveaux plus élevés. Il sera procédé à la poursuite de la diversification des exportations dans le sens de l'augmentation de la part des secteurs dans lesquels la Tunisie dispose d'avantages comparatifs naturels en plus de la diversification, la conquête de nouveaux marchés et la consolidation de la part Tunisie dans les marchés traditionnels.

b. La politique financière

La Tunisie a poursuivi son processus de modernisation du système bancaire et de renforcement des capacités techniques et financières pour qu'il puisse s'adapter aux mutations de la structure économique de la Tunisie. De plus, le développement et la dynamique du marché financier jouent un rôle important dans la mobilisation de l'épargne intérieure et extérieure ainsi que dans le financement des activités économiques. La dynamisation du marché financier est effectuée à travers:

- la réactivation de la Bourse des Valeurs mobilières (réglementation, cotations, fiscalité,...);

¹¹⁵ Le dégrèvement fiscal au titre du bénéfice ou revenu réinvesti, l'exonération portant sur les droits d'enregistrement des opérations de mutation de biens immobiliers et de fonds de commerce, l'impôt sur les bénéfices pendant les cinq premiers exercices d'activité effective, la taxe sur les transactions boursières et la plus value de cession réalisée par les sociétés cédantes.

¹¹⁶ La Banque Centrale de Tunisie a autorisé, dès 1997, les banques à accorder directement aux futurs acquéreurs des crédits à moyen terme. Les sociétés d'investissements à capital-risque ont mis à la disposition des investisseurs les lignes de crédit obtenues par la Tunisie auprès de la Banque Européenne d'Investissement.

- la création de nouveaux produits financiers (actions à dividendes prioritaires sans droit de vote, certificats d'investissement sans droit de vote, titres participatifs, emprunts obligataires convertibles en actions).

Ces réformes concernent aussi la libéralisation financière extérieure qui consiste à la convertibilité totale du dinar tunisien (DT). Cette dernière est considérée comme un facteur essentiel à la promotion des échanges de la Tunisie avec les pays tiers. De plus, cette libéralisation encourage l'entrée des capitaux extérieurs à savoir les IDE et les capitaux à risque (investissement de portefeuille). Le système de financement des projets a donc changé avec le PAS. En effet, à partir du tableau ci-dessous, on peut constater durant ces deux périodes un changement radical du comportement du système tunisien dans le financement des investissements. En effet, la période (1973-1975) se caractérise par un emploi imprudent des investisseurs couplé à un laxisme monétaire de la part des banques. À cette époque, les banques se sont effectivement engagées, sans analyse du risque, dans certains projets à rentabilité douteuse. Ayant ainsi accumulé d'importants impayés, certaines de ces banques sont devenues réticentes quant à l'octroi de nouveaux crédits dans certains secteurs d'activités. Ce comportement explique l'orientation vers des activités où les projets sont rentables et moins risqués comme le tourisme (de 12.4% durant la période 73-85 à 31% durant la période 86-94). Selon Hchaichi (2009) : « *Les murs d'un hôtel représente 80% de crédit* ». ¹¹⁷

Tableau 27. Répartition des crédits sur les divers secteurs de l'économie avant et pendant PAS

	Période avant la mise en œuvre du PAS (1973-1985)	Période du PAS (1986-1994)
Industries manufacturières	41.2%	19.4%
Tourisme	12.4%	31.0%
Promotion	13.3%	21%
Immobilière	11.35%	18.1%
Agriculture	21.75%	10.6%

Source : Institut de Financement et de l'Investissement et de Développement, Tunisie, 1996.

¹¹⁷ En plus, pour un investisseur tunisien, il doit avoir 20% du projet en espèce alors que pour un investisseur étranger 40 % de la valeur.

3.1.3- Le bilan de la politique de promotion à l'exportation

Dans le cadre des échanges extérieurs, la Tunisie a opté pour une stratégie de consolidation de la compétitivité en conformité avec le nouvel environnement international. Pour analyser les effets de cette politique, nous nous référons au tableau de la composition de la balance commerciale par type d'utilisation.

La lecture du tableau 28 montre que la Tunisie n'a pas changé ses politiques économiques depuis les années 70 :

- au niveau des biens, elle a gardé la même spécialisation, c'est à-dire l'exportation des produits primaires et de consommation finale (pétroles et dérivés, huile d'olives, dattes, agrumes, phosphate et textiles). Ce qui illustre bien le caractère "primaire" du commerce extérieur tunisien;
- au niveau des services, nous remarquons l'importance du secteur touristique dans l'économie tunisienne (la part des recettes du tourisme dans les exportations représente 18.5% en 1994 et 12.9% en 2009). En effet, ce dernier joue un double rôle : d'une part, il finance les projets agricoles et industriels et d'autre part, il couvre le déficit commercial.

Tableau 28. Le commerce extérieur par type d'utilisation (en millions de dinars)

Produits	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Tourisme</i>	1317	1322.9	1413.2	1565.3	1712.8	1954.3	2095.1	2340.6	2021	1902.9	2290	2611	2825.2	3077,3	3390,2	3471,9
<i>Pétroles et dérivés</i>	441.6	436.9	536	555.9	417.7	498	967.5	877.7	911.9	1030.8	1150.9	1757.3	2017.6	3137,8	4079,9	2093,3
<i>Huile d'olive</i>	305.3	216.6	117.1	288.4	225.9	382.7	263.9	200.3	55.8	114.3	708	476.7	828.9	696	759,1	533,4
<i>Phosphate naturel</i>	32.9	32	35.7	45.6	38.2	39.9	46.6	48.5	45.7	33.1	24.6	34.5	35.6	71	180,5	54,9
<i>Acide phosphorique</i>	170.2	190.8	218.2	281.3	278.9	276	242.2	236.3	214.3	158.3	225.6	282.9	317.4	343,9	887,2	418
<i>Textiles-habilllements</i>	2036.5	2288.4	2484.3	2656	2952.3	3019.4	3726.8	4027.9	4141.2	4214.7	4245.4	4402.7	4401.8	5128,6	5134,3	4296,7
<i>Dattes et agrumes</i>	64.5	68.9	55.7	58.6	79.6	64.8	53.7	105.6	109.5	107.1	119.1	145.8	133.1	224,6	234,1	259,2
<i>Total des exportations de biens et services</i>	7105.5	7657	8028.7	9146.7	9711.9	10500.5	11719.7	13360.3	14290.4	14335	16478,9	18676,3	20763.7	25469	30761	26893,2
<i>Tourisme /Total exportations en%</i>	18.5	17.3	17.6	17.1	17.6	18.6	17.9	17.5	14.2	13.3	14.7	18.8	13,6	12,1	11	12,9

Source : ONTT, 2010.

Note :

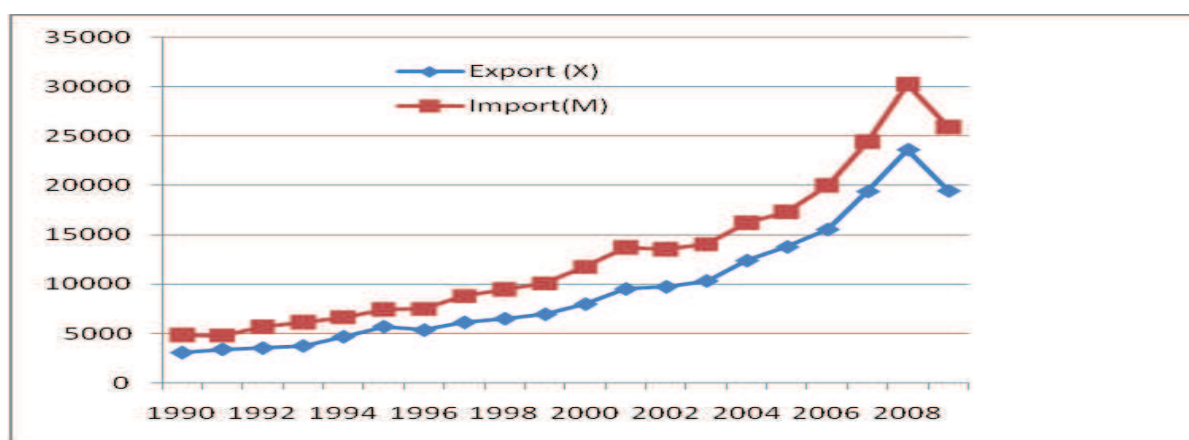
- Les recettes extraites de la balance des paiements correspondent : à l'ensemble des ventes de devises en Tunisie dans les banques ou guichets habilités et aux règlements des agences de voyages et sous délégataires.
- Ne sont pas comprises les recettes des transporteurs aériens et maritimes, ni celles correspondants aux achats faits par les touristes mais payés contre remboursement.

L'étude du commerce extérieur et le taux de couverture permet d'appréhender l'impact de la politique de promotion à l'exportation sur l'économie tunisienne :

a. Le commerce extérieur

Comme le montre la figure 5, nous pouvons remarquer une dynamisation des exportations (de 7 105.5 millions de dinars en 1994 à 19 469 millions de dinars en 2009), et même un développement au niveau des échanges :

Figure 5. La Balance commerciale globale de 1987 à 2009 (en millions de dinars)



Source : International Financial Statistics Yearbook et la Banque Centrale de la Tunisie (2010).

➤ Au niveau des exportations

Durant la période 1990-2009, les exportations ont connu une évolution monotone. Nous pouvons décomposer cette dernière en trois périodes : une progression remarquable de 1990 (3 087.4 millions de dinars) à 1995 (5 712.9 millions de dinars), une petite chute en 1996 (5 372 millions de dinars), puis une reprise en 1997 (6 147.9 millions de dinars) jusqu'à atteindre le plus haut niveau de la période d'exercice en 2008 (23 637 millions de dinars). Cette évolution peut être expliquée par plusieurs facteurs :

- une progression remarquable des produits agricoles malgré certains obstacles de type protectionniste à l'exportation de produits agroalimentaires dirigés vers l'Italie et l'Espagne 5 329.7 millions de dinars (12%) en 1993 à 1 849.5 millions de dinars (9.5%) en 2009;

- les exportations des produits miniers et phosphates sont globalement ascendantes pendant la période 1990-2009 (355.5 millions de dinars en 1993 (7%) à 1 660.2 millions de dinars en 2009 (8.6%));
- la croissance très rapide des exportations de biens manufacturiers ainsi que des recettes touristiques est liée à une élévation rapide du niveau de qualification de la main d'œuvre;
- une évolution en faveur des produits finis. Parmi les secteurs qui ont le plus participé à cette évolution, nous citons les textiles, l'habillement et les cuirs, ainsi que les industries mécaniques et électriques;
- au niveau du secteur textile, nous avons une évolution remarquable avec l'habillement et le cuir (1 775.3 millions de dinars en 1993 à 5 558.1 millions de dinars en 2009 28.5% des exportations).

➤ Au niveau des importations

Durant la période 1990-2009, la structure des importations de biens a peu changé. On note néanmoins une progression significative de la part des biens d'équipement de 18% en 1961 à 26% en 1992 due à des taux d'investissement beaucoup plus élevés dans les années 70 et 80 qu'en 1961. Depuis le début de la décennie (1990-2000), la hausse des importations est sensible (4826.8 MD en 1990). Elle baisse légèrement en 1991 et 1992 (4 788.9 et 5 688.8 MD). Ceci est expliqué par la première guerre du Golfe. Mais elle a trouvé son rythme en 1993 jusqu'en 2001 (6 172.1 MD à 13 697.3 MD), puis une baisse en 2002 (13 511 MD) et enfin reprend son rythme jusqu'en 2009 (25 878 MD).

Le volume des importations atteint 6 172.1 MD en 1993. Ces importations sont principalement issues des industries mécaniques et électriques (2 628.1 MD), textiles, habillement et cuirs (1 413.2 MD). En 2009, le volume des importations a été multiplié par 4. Ces importations sont réparties en industries mécaniques et électriques qui représentent 46.1%, le textile, l'habillement et le cuir représentent 14.6%, énergie et lubrifiants¹¹⁸ 10.8% et l'agriculture et l'industrie agro-alimentaire 9.4%.

¹¹⁸ Sachant que la Tunisie importe les produits pétroliers sous forme de produit finis et qu'elle exporte du brut en tant que matière première. Le déficit de la balance énergétique est aggravé par le déclin de la production énergétique tunisienne et par la hausse brutale des prix mondiaux du pétrole (de 10\$ au début de 1999 à plus de 35\$ en septembre 2000). Or d'après les experts des institutions financières, toute augmentation d'un dollar au cours mondial du brut se traduit par un déficit de la balance des paiements de l'ordre de 10 millions de DT environ.

b. Le taux de couverture

Le taux de couverture (X/M) entre 1990 et 2009 ne cesse d'augmenter de 64% vers 75.2%. Cela est dû à l'amélioration des exportations des textiles, l'habillement et le cuir, l'énergie et les lubrifiants ainsi que des industries électriques. En outre, d'autres secteurs ont connu des améliorations remarquables (l'agriculture, les industries agroalimentaires, les mines, les phosphates et les dérivés), mais également les industries manufacturières. Le taux de croissance de ce solde commercial a connu trois phases importantes : une décélération durant le début de la décennie (de 60% en 1990 et 1993). Cela est expliqué par l'instabilité de la conjoncture internationale (guerre du golfe et ses effets), puis a repris son évolution en 1994, pour se stabiliser au niveau de 70% (durant 1994-2001) enfin une nette amélioration de 2002-2009 (72% à 75%). Ce bon signe montre le rôle des exportations dans la croissance. En effet, il explique l'évolution du secteur textile puisque au niveau de celui-ci, les producteurs tunisiens affrontent une concurrence beaucoup plus forte sur les marchés d'exportation dans les Accords Multifibres (AMF). Ensuite, on constate que les exportations de biens ont été multipliées par presque 10 de 1960 à 1990, tandis que les recettes procurées par le tourisme et les travailleurs émigrés ont été multipliées respectivement par 75 et 16. Ces deux postes, dont le montant en 1961 était insignifiant, atteignent au total 44% des exportations de biens en 1990. C'est la croissance exceptionnelle de ces deux postes qui a permis à la Tunisie de multiplier par 13.2 ses exportations de biens entre 1961 et 1990.

Le tableau ci-dessous, montre que le tourisme continue de constituer le principal pourvoyeur de la Tunisie en devises durant la période 1987-2009. En effet, les recettes touristiques ont évolué de 568.9 millions de dinars en 1987 à 3 471.9 en 2009. Elles ont couvert plus des deux tiers (69.5%) du déficit de la balance commerciale.

Ayant misé sur ce secteur, l'Etat concentre ses efforts de soutien à l'investissement touristique. Un nouveau code des investissements touristiques, accordant des avantages aux promoteurs, est né.

Tableau 29. Taux de couverture du déficit commercial par les recettes touristiques

Années	Importations (M)	Exportations (X)	Déficit Commercial	Recettes touristiques	Taux de Couverture en %
1987	2 509.5	1 771.2	738.4	568.9	77
1988	3 167	2 055.5	1 111.5	1 086.1	97.7
1989	4 163.6	2 782	1 368.7	880.7	64.3
1990	4 826.8	3 087	1 766	827.8	46.9
1991	4 788.9	3 417.1	1 359.1	632	46.5
1992	5 688.8	3 549.7	2 107.2	945	44.8
1993	6 172.1	3 760	2 418	1 113.7	46
1994	6 647.3	4 696.6	1 950.7	1 317	67.6
1995	7 464.1	5 172.9	2 291.2	1 322.9	57.8
1996	7 498.8	5 372	2 126.8	1 413.2	66.3
1997	8 793.5	6 147.9	2 608.1	1 565.3	60.1
1998	9 489.5	6 518.3	2 957.1	1 712.8	58
1999	10 070.5	6 966.9	3 103.6	1 954.3	63
2000	11 738	8 004.8	3 723.2	2 095.1	56.3
2001	13 697.3	9 536.2	4 154.6	2 340.6	56.4
2002	13 510.9	9 748.6	3 762.3	2 021	53.7
2003	14 038.9	10 342.6	3 648	1 902.9	52.2
2004	15 960.3	12 054.9	3 909.6	2 290	58.6
2005	17 291.5	13 793.6	3 493.6	2 611	74.7
2006	20 003.5	15 558.1	4 451.3	2 825.2	63.5
2007	24 437.3	19 409.6	5 027.7	3 077.3	61.2
2008	30 241.2	23 637.1	6 604.1	3 390.2	69.5
2009	24 463.5	19 469.2	4 994.3	3 471.9	69.5

Source : ONTT (2010).

3.2-Place du tourisme dans le développement de la Tunisie

Dans la présente étude, nous proposons d'analyser l'impact du tourisme et son évolution en Tunisie. L'objectif est donc de décrire et d'interpréter l'évolution de la place du secteur touristique ainsi que ses retombées, à travers certains «agrégats», durant la période 1987-2009.

3.2.1- Les investissements

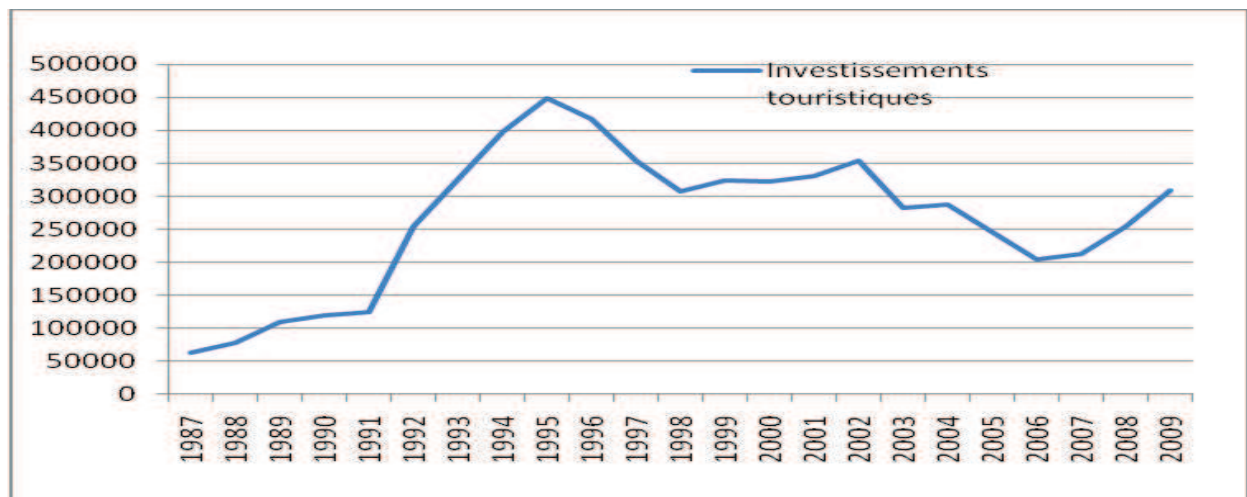
Les investissements touristiques ont connu de très grandes variations d'une année sur l'autre avec, notamment, des fortes baisses en 1987 et 1988 et, au contraire, des hausses sensibles en 1994, 1995 et 1996 (soit respectivement de 397.8, 449.1 et 417 MD). Ces investissements réalisés par les promoteurs privés sont géographiquement concentrés puisque

plus de 80% des unités d'hébergement et des projets d'animation sont réalisés dans cinq gouvernorats¹¹⁹ (sur 22 au total).

La Tunisie a connu durant le Xème plan de développement économique et social (2002-2006) un taux de croissance annuel moyen de l'hôtellerie tunisienne de 5% et un taux d'occupation annuel de 57%. Ainsi, 45 000 lits nouveaux, ce qui portera la capacité hôtelière de la Tunisie en 2006 à 231 838 lits. Ces investissements sont de l'ordre de 1.9 milliard d'euros.

La capacité d'hébergement actuelle de la Tunisie (239 890) ne représente que 2.9% de l'offre des pays méditerranéens. À plus long terme, afin de garantir et de structurer ses parts de marché au sein du tourisme méditerranéen, la Tunisie envisage d'atteindre une capacité d'accueil de 350 000 lits en 2016 et 400 000 lits à l'horizon 2020.

Figure 6. L'évolution des investissements touristiques (en millions de dinars)



Source : ONTT (2010).

a. Les investissements privés¹²⁰

Les incitations aux investissements destinés à la fois aux tunisiens et aux étrangers et les lois les régissant sont incluses dans le code d'incitations aux investissements.

¹¹⁹ Tunis, Nabeul, Sousse, Monastir et Médenine.

¹²⁰ Les investissements privés réalisés sont comptabilisés par la Direction de la Promotion des Investissements de l'O.N.T.T, aussi bien pour les investissements relatifs à des unités d'hébergement que pour ceux portant sur des activités d'animation touristique. Pour les investissements directs étrangers (I.D.E), ils sont suivis par le Ministère de la Coopération Internationale et de l'Investissement Extérieur.

- Les investissements tunisiens

Les investissements tunisiens représentent presque 85% des investissements totaux durant la période 1994-2009. Ils sont distribués sur presque tout le territoire (construction des hôtels, restaurants touristiques, les animations). La participation des investisseurs tunisiens au tourisme peut s'expliquer par les incitations accordées par l'Etat. Les tunisiens auront droit à 20% du capital du projet alors que 40% sont réservés à l'étranger.

Tableau 30. Les investissements tunisiens durant la période 1994-2009 en MD

Année	Investissements touristiques	Investissements tunisiens	Investissements tunisiens en %	IDE
1994	397.8	380.8	95	17
1995	449.1	421	93.74	28.1
1996	416.95	368.55	88.39	48.4
1997	353.3	330.3	93.48	23
1998	307	282.4	92	24.6
1999	324.68	287.48	88.54	37.2
2000	322.45	280.95	87	41.5
2001	330.86	229.76	69.44	101.1
2002	353.3	333.3	94.33	20
2003	282.3	263.8	93.44	18.5
2004	288.18	267.18	92.71	21
2005	246.21	229.44	93.18	16.8
2006	204.55	186.55	91.2	18
2007	213.18	141.18	66.22	72
2008	253.61	55.01	21.7	198.6
2009	309.27	223.77	72.35	85.5
Total	5052.74	4281.47	84.73	771.27

Source : ONTT (2010).

Durant la période 1994 -2001, on a assisté à un partenariat entre des tunisiens et des étrangers sous forme de joint-ventures (86% des entreprises sont originaires des pays de l'Union européenne, Neffati, Richet, 2004).

- Les investissements étrangers

Trois périodes marquent la présence en force des IDE dans le tourisme tunisien, celle de 1996 (17.8%)¹²¹, de 2001 (14.4%)¹²² et de 2008 (5.84%). La hausse enregistrée dans le secteur touristique est due à une forte implication des libyens avec 66.3MD. En 2001, sur les 755 hôtels dont est équipée la Tunisie, 126 sont gérés par des compagnies hôtelières internationales (FitchRating, 2004). Le développement de partenariats dans ce secteur permettrait d'enrichir les pratiques tunisiennes, tout en ciblant l'exploitation de nouveaux segments de marché.

Les flux d'investissements étrangers dans le secteur du tourisme au cours de l'année 2009 se sont élevés à 85.5 millions de DT. Ils représentent environ 6% des investissements totaux dans ce secteur. Durant la période 1994-2009, les investissements directs étrangers ont eu tendance à augmenter. Ils sont passés de 17 millions de dinars à près de 85.5 millions de dinars. Ces investissements sont principalement français, allemands, suisses et italiens.

Tableau 31. Evolution des IDE dans le secteur du tourisme entre 1994 et 2009
(En millions de dinars)

Année	I.D.E	Investissements totaux	Part du secteur tourisme (%)
1994	17,0	542,8	3,1
1995	28,1	305,1	9,2
1996	48,4	272,5	17,8
1997	23,0	402,9	5,7
1998	24,6	759,9	3,2
1999	37,2	437,2	8,5
2000	41,5	1 068,2	3,9
2001	101,1	700,0	14,4
2002	20	1055,7	1,9
2003	18,5	800	2,3
2004	21	874	2,4
2005	16,8	1015,7	1,65
2006	18	4402,9	0,4
2007	72	2071	3,47
2008	198,6	3399	5,84
2009	85,5	2279	3,72
Période 1994-2009	771,3	20358,9	3,8

Source : Ministère du développement économique et de la Coopération Internationale (2010).

¹²¹ Le développement du tourisme de circuit, la part des IDE s'est élevée à près de 18%.

¹²² Les IDE sont passés de 24.6 en 1998 à 101.1 MD en 2001, alors que les investissements sont passés de 1068.2 à 700 MD en 2001.

b. Les investissements publics

Le rôle de l'Etat se limite aux aménagements du territoire et aux incitations aux investissements par la création de certaines agences.

- **L'Agence Foncière Touristique (A.F.T)** : comme il est défini dans la section précédente, l'AFT a un rôle d'aménagement de terrains équipés et de réalisation d'infrastructures. Les réalisations de l'A.F.T au cours de la période 1987-2009 ont porté sur :

- La maîtrise foncière en vue du développement touristique

- Durant les années 1987-1997, l'A.F.T a mis à la disposition des promoteurs touristiques des terrains d'une superficie de 1 722 hectares, pour la réalisation de 3 stations intégrées (Tabarka, Hammamet-Sud et Marina Houm't-Souk Djerba) et de zones touristiques sahariennes (Tozeur, Nefta, Douz et Kébili), ainsi que 25 centres d'animation touristique. Cette réalisation correspond à la construction de 125 unités hôtelières totalisant 45 000 lits (Banque Mondiale, p155).
- Durant le plan de développement 2002-2006, l'AFT a mis à la disposition des promoteurs touristiques des terrains d'une superficie de 244 hectares, pour la réalisation de quatre stations (Bakalta, Monastir), Chaffar et Taparura (Sfax) et Sidi Founkhal (îles Kerkenah) pour la réalisation de 12 650 lits.
- Durant la période 2007-2011, l'AFT a mis à la disposition des promoteurs touristiques des terrains d'une superficie de 3 520 hectares, pour la réalisation 7 stations touristiques (Sidi Salem, Ghedhabna, El Khbeyt, Lella Hadria, Lella Meriem et Lella Hlima et Korbous) pour la réalisation de 72 250 lits.

- Les acquisitions de terrains

Elles sont établies, soit à l'amiable, soit par l'exercice du droit de préemption, soit par voie d'expropriation pour cause d'utilité publique et effectuées selon des plans d'aménagement précisant l'affectation des terrains. À titre d'exemple, l'A.F.T a, entre 1987 et 1998, procédé à l'acquisition d'une superficie globale de 760 hectares et 68 ares (Banque Mondiale, p. 155). Le problème majeur qui se pose à l'A.F.T, réside dans le prix des terrains achetés. L'objectif étant que l'assiette foncière ne dépasse pas 8 à 10% du prix de revient.

L'Agence développe les nouvelles approches de maîtrise foncière comme les Périmètres d'Intervention Foncière (PIF)¹²³.

- La commercialisation

Le prix du terrain doit prendre en compte la rentabilité du projet, au cours de la période considérée. À titre d'exemple, durant la période 1997-1998, la superficie vendue par l'A.F.T aux promoteurs touristiques a été de 136 hectares. Ces transactions ont porté principalement sur les zones de Djerba, Tunis-Nord, Mahdia et Monastir. Au cours de la période 1987-1997, la capacité hôtelière est passée de 100 000 lits à un peu moins de 200 000, les interventions de l'A.F.T comptant pour environ la moitié de l'accroissement enregistré (Banque Mondiale, 2002, p. 155).

Les investissements dans l'aménagement de terrains touristiques équipés se sont élevés pendant le plan de développement 2002-2006 à plus de 10.5 millions de dinars. La répartition des investissements totaux réalisés en infrastructures touristiques en fonction de la nature des travaux réalisés est variable suivant les périodes quinquennales considérées. On peut toutefois remarquer l'importance des montants consacrés aux routes, à l'assainissement et à l'eau (durant le plan de développement 2002-2006, l'AFT a participé de 2.8 millions de dinars). Les nouvelles zones d'aménagement touristique de la période 1987-2009, répondant à un concept de station intégrée, comme énoncé dans le tableau ci-dessous:

¹²³ « Toute aliénation volontaire à titre onéreux, notamment par vente de gré à gré, adjudication volontaire, échange ou apport en société d'un immeuble bâti ou non bâti situé à l'intérieur de ce périmètre est subordonné à une déclaration préalable [...] adressée au Gouverneur [...] (qui) transmet une copie à l'Agence foncière bénéficiaire du droit de préemption. Dans les deux mois de la réception par le Gouverneur, l'Agence foncière intéressée doit nitrifier sa décision au propriétaire... » (Article 5).

Pour plus d'information : voir <http://www.jurisitetunisie.com/tunisie/codes/catu/catu1075.htm>.

Tableau 32. Réalisations de l'AFT durant la période 1987-2009

Ville	Programme	Superficie (en Hectare)	Capacité totale (en lit)
Bizerte	SIDI SALEM	23	1 200
Monastir	Bekalta	75	5 000
Mahdia	Ghedhabna	950	20 000
Gabes	Gabes et El Khbeyt	467*	10 000
Djerba	Lella Hadria	370	6 500
Zarzis	Lella Meriem et Lella Hlima	300	27 000
Tabarka	Zouarra		3 000
Kerkenah	Sidi Founkhal	90	3 000
Nabeul	Korbous	1 300	6 000
Tataouine		20	1 550
Sfax	Taparura et Chaffar	79**	4 650***
Total		4 074	87 900

Source : Recherche personnelle.

* (325 et 142), ** (9 et 70) et *** (2650 et 2000)

- Les incitations

Il s'agit des avantages juridiques et des facilités économiques accordés au secteur touristique Tunisien.

- Les avantages juridiques : Bodlelder (1987) classe les incitations aux investissements dans le secteur touristique en deux points : les incitations financières et les incitations aux investissements.
- Les incitations financières : ces incitations concernent ces trois points :
 - ✓ réduction des coûts des opérations;
 - ✓ réduction du coût du capital;
 - ✓ la sécurité des investissements.

Selon Gourija (2007, p. 238) : « *La combinaison des incitations financières est utilisée par la plupart des gouvernements, pour réaliser les objectifs stratégiques dans la politique de développement touristique* ». L'objectif des incitations financières est d'augmenter le retour sur investissement, et d'attirer davantage les investisseurs et les promoteurs dans le secteur.

- Les incitations aux investissements peuvent prendre plusieurs formes : des aides financières, des prêts incitatifs, des participations en capitaux, l'approvisionnement en infrastructures et en matériels de construction, des facilités pour avoir des terrains convenables.

Ces encouragements sont des instruments politiques qui peuvent être utilisés pour atténuer les faiblesses du marché et assurer un partenariat entre le secteur public et privé.

- Les avantages financiers accordés par l'Etat pour favoriser l'investissement dans le secteur du tourisme sont essentiellement de deux sortes :
 - Le système des **aides** qui a été profondément modifié par la Loi n°93-120 du 27 décembre 1993 portant promulgation du Code d'Incitation aux Investissements (C.I.I.) : préalablement à l'adoption de ce Code, les incitations consistaient en bonifications d'intérêt et en subventions d'études. Ces dernières ont été maintenues, mais les bonifications d'intérêt ont été supprimées et remplacées par des primes d'investissement. Les activités concernées par le nouveau code des incitations sont l'hébergement et l'animation touristiques, le transport touristique, le thermalisme, le tourisme de congrès, les sociétés de gestion d'unités d'hébergement et d'animation, ainsi que les agences de voyages touristiques. Les incitations sont accordées pour des projets implantés dans les zones d'encouragement au développement régional qui, pour le secteur touristique, concernent le tourisme saharien, le tourisme de montagne et le tourisme côtier dans le Nord;
 - **Les exonérations**¹²⁶ accordées pour l'achat en vue de la construction d'unités d'hébergement de biens d'équipement, soit importés (exonération des droits de douane de 43%¹²⁷ et T.V.A. réduite de 18 à 10% quel que soit le projet et quelle que soit l'implantation), soit fabriqués localement (détaxe totale de la T.V.A. pour de nombreux projets);

¹²⁶ Les montants correspondant à ces différentes formes d'avantages financiers sont comptabilisés par l'O.N.T.T. (Direction de la Promotion des Investissements), récapitulés sous forme de tableaux manuels mais non diffusés.

¹²⁷ Ou de 25% pour les produits en provenance de pays de l'Union européenne.

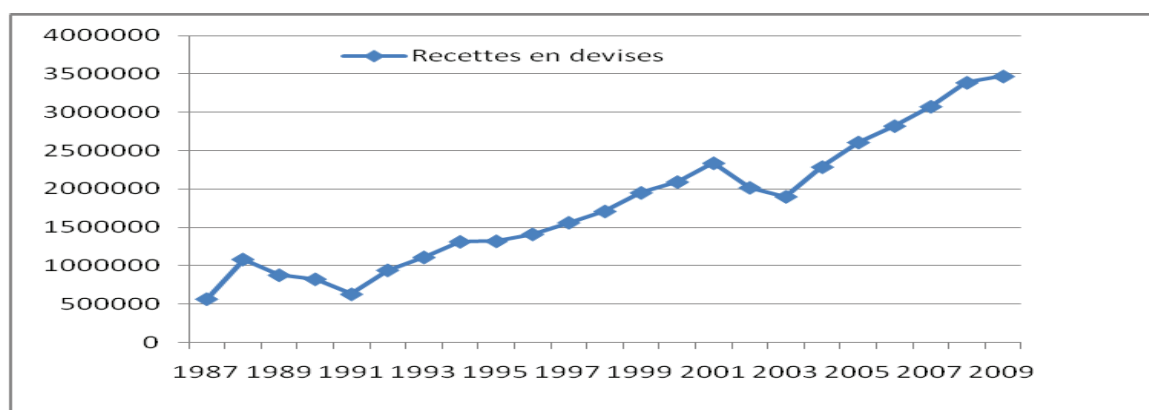
- ✓ **Les recettes fiscales** : depuis le nouveau code d'incitation aux investissements en vigueur en 1994, de nombreuses **exonérations** sont accordées aux promoteurs de projets touristiques :
 - ❖ au niveau de la constitution du capital, un dégrèvement fiscal est accordé aux souscripteurs au capital de l'entreprise ou à ses augmentations (100% pour les implantations dans les zones de développement régional et 35% pour les implantations dans d'autres régions);
 - ❖ au niveau de l'exploitation de l'entreprise, une exonération totale de l'impôt sur les bénéfices est accordée au titre du développement régional pour les 10 premières années d'activité et l'Etat prend en charge la contribution patronale au régime légal de sécurité sociale pendant les 10 premières années (tourisme saharien) ou les 5 premières années (autres zones de développement régional).

En ce qui concerne les recettes directement tirées de l'activité touristique, elles consistent essentiellement en une taxe de séjour touristique d'un montant de 2% du chiffre d'affaires des hôtels, versée pour moitié à un fonds destiné à être utilisé pour le financement des actions relatives à la valorisation du patrimoine historique et pour moitié aux municipalités qui en utilisent normalement le montant pour la réalisation d'investissements de type touristique (Banque Mondiale, 2002, page 165). En outre, d'autres recettes proviennent des impôts sur le bénéfice payés par les entreprises touristiques (hôtels, agences de voyages, etc.), ainsi que par la T.V.A. découlant des transactions de nature touristique.

3.2.2- Les recettes touristiques

Les entrées en devises ont connu une croissance considérable pendant les années 1987-1988 (passant de 568.9 à 1 086.1 millions de DT). Durant la période 1989-1992, les recettes ont enregistré une baisse importante (effets de la première guerre du Golfe), comme le montre la figure 7. À partir de 1992, et ce jusqu'en 2001, les recettes repartent à la hausse : près de 945 millions de DT en 1992 et 2 340.6 millions de DT en 2001. La baisse des recettes durant la période 2002-2003 (de 2 021 à 1 902.9 millions de DT) est expliquée par les attentats du 11 septembre. À partir de 2004, les recettes ont connu une croissance, elles dépassent 2 290 millions de DT (2004) et 3 471.9 en 2009.

Figure 7. Evolution des recettes touristiques en million de dinars (1987- 2009)



Source : ONTT (2010).

Certes, les résultats enregistrés dans ce domaine sont bien loin de refléter ses formidables potentialités, prouvant que le secteur connaît des difficultés structurelles et conjoncturelles. La remarque que l'on peut faire est que le tourisme tunisien semble, en effet se trouver depuis quelques années dans une phase difficile : non pas que le nombre de touristes diminue, bien au contraire, mais la rentabilité réelle du secteur ne suit pas le rythme de croissance effectif. La Tunisie enregistre annuellement une augmentation régulière du nombre des visiteurs étrangers non résidents passant ces dernières années de 3.884.593 en 1996 à 4.263.107 en 1997 (+9.7%), à 4 717 705 en 1998 (+10.6%) et à 4 831 658 en 1999 (+2.4%) et à 5.057.513 en 2000 (+4.7%), à 6.9 millions en 2009, (ONTT, 2010).

3.2.3- L'emploi

Selon la Banque Mondiale (2002) : « *Le tourisme est perçu comme un secteur de croissance et reste considéré en partie comme une activité à forte intensité de main d'œuvre* ». Avec la possibilité d'intégrer des travailleurs peu spécialisés, les responsables de la politique économique voient souvent dans le développement de ce secteur l'un des moyens de s'attaquer au chômage dans la région. C'est particulièrement le cas pour les personnes qui se situent au bas de l'échelle du marché du travail, comme les jeunes au chômage, les chômeurs de longue durée, les minorités ethniques les moins qualifiées et, dans une certaine mesure, les femmes (réintégrant le marché de travail).

À partir de la figure 8, nous remarquons que la progression des emplois « directs » du secteur tourisme est contenue durant la période 1987-2009. En effet, cela représente 40 182 emplois en 1987 pour atteindre 71 270 emplois en 1997. Le nombre d'emplois a presque

doublé en 2009 par rapport à 1987, il atteint les 95 965 emplois. Il convient de souligner que les évaluations figurant dans le graphique ne prennent en compte que l'emploi dans les hôtels et n'incluent pas les autres emplois directs du secteur tourisme.

La remarque qui peut être faite est que la contribution du tourisme à la résolution du problème du chômage n'est que précaire (le taux de chômage est de 15% et n'a pas changé depuis les années 90) bien que l'examen des différents plans de développement économique et social de la Tunisie montre que les autorités qualifient ce secteur de «créateur d'emplois».

Figure 8. Evolution entre 1987 et 2009 du nombre d'emplois directs



Source : ONTT (2010).

3.2.4- La valeur ajoutée

Il apparaît, d'après le tableau ci-dessous, que la croissance de la valeur ajoutée du secteur d'activité «Hôtels, cafés, restaurants» a été soutenue au cours de la période 1995-2009, puisque son taux annuel moyen de croissance a été de 3.54%, soit légèrement inférieur au P.I.B. total (4,82%). Au fil des années, l'évolution de ces deux grandeurs a été sensiblement différente. Les années pour lesquelles la croissance de la valeur ajoutée du secteur d'activité a été la plus forte (1997, 1998, 1999, 2004 et 2005) correspondent à la période pendant lesquelles la croissance de la valeur ajoutée du P.I.B. a été la plus faible et inversement.

L'analyse de la composition des entrées intermédiaires montre que les fournisseurs du secteur d'activité «Hôtels, cafés, restaurants» sont principalement les secteurs d'activité : "Produits de l'industrie agro-alimentaire" (environ 48,3% du total des entrées intermédiaires totales), Produits agricoles et pêche (15,3%), Transport et télécommunication (11,3%), Autres

services marchands (7%), Pétrole et gaz (5,7%). Cette ventilation est restée stable au cours de la période 1987 et 2009 (INS, 2010). En ce qui concerne la contribution du secteur touristique à la valeur ajoutée, les études montrent que ce secteur contribue moins que certaines autres branches de l'économie, malgré l'importance du volume des investissements qu'il n'a cessé d'accaparer. Une autre remarque, est que la valeur ajoutée touristique et le PIB ont parfois des évolutions opposées (exemple les années 2002 et 2009 (-4.5 et -0.5%) 1.7 et 3.1% PIB).

Tableau 33 : Evolution de la valeur ajoutée du secteur d'activité "Hôtels, cafés, restaurants" (1995-2009)

Année	Valeur ajoutée (en MD Constant de 1990)	Taux annuel de croissance en %	
		Valeur ajoutée	PIB
1995	680.4	1.7	2.4
1996	705.9	3.7	7.1
1997	758,3	7.4	5,4
1998	795,3	4.9	4,8
1999	850,1	7.8	6,1
2000	880.1	3.5	4.7
2001	946.8	2.4	4.9
2002	904.4	-4.5	1.7
2003	924.6	2.3	5.6
2004	1012	9.2	6
2005	1078.9	6.5	4
2006	1111.8*	3.8	5.7
2007	1159*	3.5	6.3
2008	1204.2*	3.9	4.5
2009	1198.1*	-0.5	3.1
Moyenne	947.32	3.54	4.82

Source : I.N.S (2010).

*Les données sont calculées de la manière suivante : taux annuel de croissance de la valeur ajoutée x la valeur ajoutée constant de 1990.

Conclusion

Au total, le P.A.S tunisien a connu deux phases :

- ❖ 1987-1996 : l'objectif est la stabilisation de l'économie. Pour cela, l'Etat a fait de la privatisation un des axes du développement du secteur privé, un vecteur pour stimuler l'investissement étranger. Il s'agit d'une privatisation de 81 entreprises, ce sont des petites et moyennes entreprises dans le secteur du tourisme et de l'artisanat.
- ❖ 1997-2009 : adoption de mesures de long terme (ajustement à long terme, type Banque Mondiale). Il s'agit du lancement du plan de la mise à niveau des unités de production et d'accroissement de la productivité. Il concerne tous les secteurs de l'économie : de l'industrie aux services, des banques à l'administration, des institutions publiques aux organisations professionnelles privées, de la petite entreprise aux grands services publics. Le projet de mise à niveau a commencé dans le secteur touristique à partir de 2004.

Le P.A.S a permis ainsi à la Tunisie, d'une part, que ses recettes en devises ne dépendent plus étroitement des fluctuations des cours des produits primaires ou des aléas climatiques comme c'était le cas dans le passé. D'autre part, les sources de recettes se sont largement diversifiées, ce qui rend le pays moins vulnérable aux évolutions du commerce mondial.

Durant cette période, le tourisme a permis à la Tunisie d'engranger chaque année un important volume de ressources en devises étrangères. Les entrées de devises jouent un rôle essentiel pour l'équilibre des comptes extérieurs et contribuent depuis 1994 à couvrir plus des deux tiers du déficit de la balance commerciale. S'agissant des revenus tirés des exportations de biens et services, le tourisme occupe la seconde place après le secteur du textile (16%), avec plus de 12.9% du total de ces recettes en 2009.

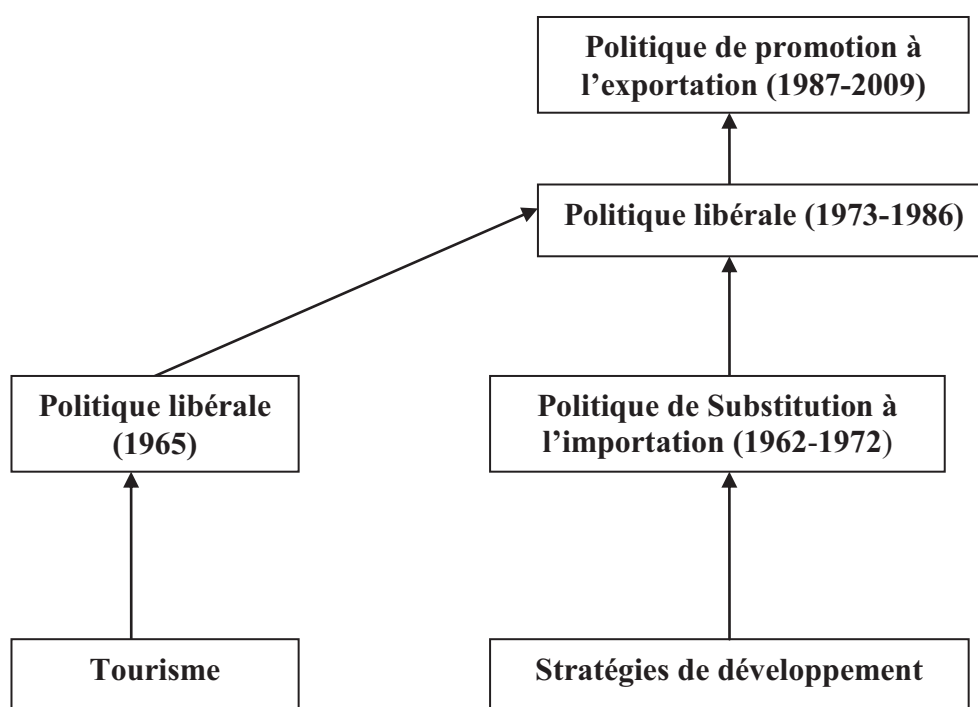
Aujourd'hui, le secteur touristique joue un rôle de premier choix. En effet, il représente plus de 6% du PIB. C'est un secteur qui représente plus de 95 956 emplois directs et plus de 290 000 emplois indirects. Ainsi, plus de 12% de la population active tunisienne est concernée directement ou indirectement par le secteur du tourisme (O.N.T.T, 2010).

Toutefois, malgré ces performances, le tourisme est la branche d'activité la plus endettée du secteur des services. En 2001, sa part dans le crédit est de près de 16%, celle de l'ensemble des activités des services représentant près de 57%.

Conclusion du chapitre 1

Le développement de secteur touristique en Tunisie à travers les stratégies de développement peut être présenté selon le schéma suivant :

Figure 9. Processus de développement du tourisme en Tunisie



Source : Elaboration personnelle.

On remarque que le secteur touristique est caractérisé par son intégration rapide avec toutes les stratégies de développement adoptées par les gouvernements tunisiens depuis l'indépendance. En effet, malgré le caractère expérimental des premiers plans (1962-1972), les dirigeants sont arrivés à la conclusion : l'économie nationale ne pourra plus être stimulée à tous les niveaux comme par le passé. La solution proposée est donc d'élire un secteur économique en l'occurrence le tourisme pouvant, par son large spectre d'effets induits et d'effets indirects, stimuler l'ensemble de l'économie tunisienne. Le tourisme a joué donc, le rôle d'un «garant» de la réussite de l'expérience de socialisation (Chapoutot, 1992). Son rôle était de faire rentrer des devises pour aider au développement économique et social du pays. La bourgeoisie tunisienne (les commerçants, les agriculteurs,...) a bénéficié de la politique de substitution à l'importation et l'"étatisation de l'agriculture" pour investir dans le secteur touristique.

Le tourisme a connu durant la période 1973-1986, une évolution historique remarquable, la volonté politique consciente de faire de la Tunisie un pays de tourisme et notamment la loi 72, qui a un rôle important pour conférer à ce secteur un essor voulu, réalisant ainsi des retombées favorables sur la valeur ajoutée, sur le produit national, l'emploi, et sur la balance de paiement.

Quarante ans plus tard, ce même secteur se distingue. Le tourisme tunisien constitue actuellement une des plus importantes activités économiques du pays, et l'une des principales sources de devises. Il est considéré comme «l'industrie d'exportation» qui vend les sites, le climat, l'hébergement et les services extra-hôtelières aux touristes étrangers (Abitbol, 1991).

En outre, par ses effets d'entraînement, le tourisme stimule d'autres secteurs vitaux tels que le bâtiment, le commerce, l'artisanat, l'agriculture, etc.

En bref, le tourisme en Tunisie, a atteint, un point de non retour. Il est devenu une réalité objective irréversible (Ben Jrad et Skrafi, 1991). Les perspectives de son développement, en l'absence de bouleversements économiques ou politiques imprévisibles paraissent très importantes et cela est justifié par les prévisions de croissance par secteur pour 2007-2011 : prévision de 6.1% de la croissance du PIB (Ministère du Développement et de coopération internationale, 2007).

Malgré cette conviction des autorités tunisiennes sur l'importance du tourisme dans l'économie tunisienne, nous nous sommes efforcés de rester très prudents et sans préjugés.

La question qui se pose est de savoir si le tourisme peut prendre sa place et devenir une locomotive de développement pour l'économie Tunisienne. En effet, l'examen de la situation à travers des tableaux chiffrés et des statistiques bien précises durant les quatre dernières décennies a montré deux éléments importants :

- ❖ D'abord, le secteur touristique contribue moins que certaines autres branches de l'économie malgré l'importance du volume des investissements qu'il n'a cessé d'accaparer.
- ❖ Ensuite, malgré son rôle remarquable dans l'apport de devises et dans la stimulation de la balance des paiements tunisienne souvent déficitaire, sa contribution à la résolution du problème du chômage n'est que précaire, bien que l'examen des différents plans de développement économique et social de la Tunisie montre que les autorités qualifient ce secteur de « créateur d'emplois ».

Cependant, il n'est pas toujours souhaitable pour un pays en voie de développement de développer ce secteur à moins d'avoir une politique très stricte et un encadrement suffisant tant au niveau des promoteurs que des devises acquises et surtout au niveau du développement parallèle des autres secteurs. En Tunisie, et bien que les chiffres avancés sur l'évolution de ce secteur soient importants, ils ne peuvent avoir un sens précis que lorsqu'on considère les effets qu'ils peuvent avoir sur les autres secteurs de l'économie. En effet le tourisme ne peut être choisi comme secteur de base, que lorsqu'il permet à un pays, en l'occurrence un pays en développement, de créer et de développer d'autres activités économiques réalisant par là une sorte d'intégration économique bénéfique.

Il est à signaler que si l'attitude des dirigeants tunisiens est de rester à l'optimisme pour ce qui est des perspectives offertes par cette activité, l'on peut cependant faire remarquer que ce secteur souffre d'une précarité et d'un flottement éventuel. En effet, il est menacé de dangers aussi bien endogènes qu'exogènes, déjà rencontrés par la Tunisie dans les années moroses, notamment celles de 1982, 1991 et 2002.

Toutefois, il est facile d'incriminer tel ou tel facteur, telle ou telle conjoncture, mais le fait central demeure que la Tunisie a choisi de parier sur l'expansion de ce secteur bien que cette voie soit discutable. En prévision, la Tunisie envisage la montée en puissance suivante : 350 mille lits en 2016 pour réaliser 76 millions de nuitées et 400 mille lits à l'horizon 2020. Selon Mhenni (2002) : "*Le Programme d'Ajustement Sectoriel (PAS), a été synonyme d'accroissement de la production (touristique, industrielle, agricole et minière) pour les besoins de la consommation domestique ou externe*". En plus, il accélère l'insertion de l'économie tunisienne dans la Division Internationale du Travail (DIT) comme un moyen plus sûr de réaliser une forte croissance. Cette croissance nécessite de choisir le tourisme de masse, comme un modèle de développement malgré l'échec de ce modèle dans des pays comme l'Espagne, le Portugal et la Grèce (Cuvelier, 2000). Ces exemples montrent qu'il faut faire un diagnostic de la situation afin de proposer des solutions de sortie de crise.

Chapitre 2. Les limites d'un tourisme de masse en Tunisie

"Les pratiques touristiques se définissent, à chaque période de l'histoire, en relation avec des formes non touristiques de l'expérience et de la conscience sociale" Urry (1990).

"Forces et faiblesses du tourisme tunisien pourrait-on dire [...], le schéma «fordiste» qui s'est constitué, est fonctionnel dans la mesure où il est assez simple" Miossec (1996, p.408).

"Si le pays récepteur veut avoir un tourisme international de masse, il lui faut, soit comprimer les coûts de séjour [...], soit faire bénéficier le touriste de tarifs de transport [...], donc passer par le biais de tour-opérateurs" Abitbol (1978, p.68).

Le tourisme offre d'énormes possibilités d'échanges internationaux et peut contribuer au décollage économique des pays en développement. Plusieurs facteurs ont permis le développement du secteur touristique au plan mondial. Le processus démarre d'abord dans les pays développés par des innovations sociales (l'apparition des congés payés accompagnée de la hausse des revenus salariaux), puis prennent le relais des innovations techniques (le développement du transport aérien et l'abaissement de son prix grâce à la multiplication des charters) et enfin, des innovations organisationnelles (l'émergence de grands hôtels proposant des prestations standardisées).

Bénéficiant de sa position stratégique, sa grande proximité avec l'Europe, la Tunisie a su profiter de cette évolution interne des pays développés pour développer le secteur touristique et en faire un levier pour rattraper son retard économique, comme le souligne Alaoui (1986, p.501) : « *Son but ultime tendait à décrocher le vocable hautement recherché de « pays développé » dès lors que toutes les instances internationales vantaient le tourisme comme l'issue incontestable et incontestée pour rattraper le retard* ». Pour autant, le développement de la filière touristique en Tunisie ne s'est pas fait de façon linéaire. Durant sa période de décollage, le tourisme est une activité peu onéreuse : *"Il est rare qu'un secteur économique soit créateur d'autant de valeur ajoutée, d'emplois et de devises que le tourisme, pour un coût*

aussi faible"(Banque Mondiale, 2002). La Tunisie, en attirant des investisseurs nationaux et étrangers par un système d'incitations et d'aides, s'est ainsi lancée dans une politique massive et prioritaire de construction d'hôtels afin d'accueillir le maximum de touristes. Devenu, avec le temps, semblable à une industrie lourde, nécessitant pour perdurer l'emploi d'outils et de capitaux très importants¹³², le secteur touristique a réussi sa mutation, seconde période, en s'appuyant sur le Programme d'Ajustement Structurel (P.A.S) et l'insertion de l'économie tunisienne dans la Division Internationale du Travail (DIT). Mais cette trajectoire orientée vers un tourisme de masse se "grippe" progressivement depuis une vingtaine d'années, générant notamment une capacité d'accueil supérieure aux besoins (selon l'ONTT, dès 2009, on compte déjà 240 000 lits). À l'heure d'une globalisation de plus en plus prégnante, les contraintes de compétitivité « coûts » et « hors coûts », à l'instar de toute industrie d'exportation (Abitbol 1978, p.69), sont croissantes. Il est en effet apparu au fil de temps que l'avantage de compétitivité en matière de tarifs vis-à-vis des nations concurrentes méditerranéennes se révélait être un inconvénient majeur. Les professionnels du tourisme tunisien aujourd'hui sont désespérés et n'arrivent plus à affronter la crise que traverse leur secteur d'activité. En raison de la faiblesse notoire de leurs produits touristiques, les faillites se multiplient, les entreprises touristiques ne font plus de bénéfices et cherchent absolument un moyen de se sortir du cercle vicieux dans lequel elles se trouvent. D'autant que, paradoxalement, la fuite en avant se poursuit sous la pression des promoteurs : l'Etat tunisien envisage ainsi une capacité d'accueil de 300 000 lits en 2016 (soit 76 millions de nuitées) et de 400 000 lits à l'horizon 2020. Ce qui pose à la Tunisie un redoutable défi dans la mesure où la filière touristique joue un rôle fondamental dans la dynamique de croissance du pays.

Alors que le chapitre précédent a défini la place du tourisme dans les stratégies de développement économique de la Tunisie, le chapitre 2 propose un diagnostic sur le fonctionnement du secteur touristique tunisien. Une première section décrit la structure de ce marché en insistant sur les spécificités tunisiennes. La seconde analyse les causes du marasme actuel. Enfin la troisième section esquisse des solutions possibles notamment en mettant l'accent sur le facteur « qualité » et sur le tourisme durable.

¹³²Il n'existe pas de liste officielle des activités considérées comme faisant partie de l'industrie lourde. On peut cependant considérer les secteurs liés à la production ou la transformation des matières premières comme les mines, la métallurgie, la papeterie et la chimie de première transformation comme étant des exemples de ce que l'on classe couramment dans l'industrie lourde. Certaines activités à dominante mécanique ou électrique comme la construction navale ou la production d'électricité sont également de bons exemples.

Section 1. Les caractéristiques du marché du tourisme en Tunisie

Dans l'univers walrasien, un marché se définit par une offre et une demande, grandeurs elles mêmes déterminées par le jeu des comportements rationnels des agents économiques à travers un va-et-vient d'échanges d'informations. Ces concepts, très utiles pour avoir une vision d'ensemble de l'économie de marché, se révèlent néanmoins bien souvent très simplistes quand on observe concrètement un marché réel. Le marché du tourisme en est un exemple surtout dans le cas d'un pays en développement comme la Tunisie dans la mesure où ce marché apparaît comme un sous-produit du fonctionnement de pays développés. Il est évident que l'intégration du poste "voyage" dans la norme de consommation des salariés des pays industrialisés n'aurait pu se faire sans le concours de ces pays à bas coûts. Mais comme pour les produits manufacturiers, cette « sous-traitance » peut être aussi une fantastique opportunité pour une nation, lui permettant de monter dans le « train du développement ». La complexité du marché touristique se révèle ainsi en examinant la structuration de l'offre.

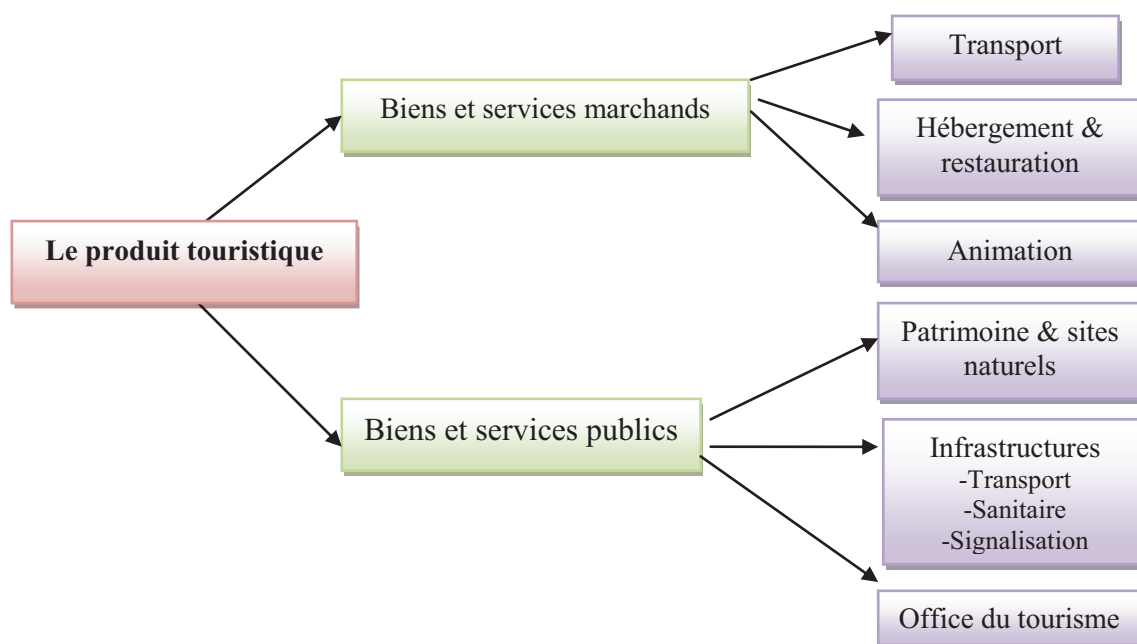
1.1- L'offre touristique

La première difficulté vient du fait que le produit touristique ici est un bien complexe comprenant plusieurs composantes et relevant de nombreux acteurs différents tant nationaux qu'étrangers. Il convient donc de s'attarder d'abord sur la nature de ce produit spécifique.

1.1.1- Le produit touristique

Cette complexité du produit touristique est soulignée par Caccommo et Solonandrasana (1991) dans le sens où celui-ci résulte d'une combinaison particulière de plusieurs éléments que sont le transport, l'hébergement et les différentes prestations d'animation ou d'autres commodités. On voit qu'il correspond en fait à une sorte de production jointe sous-tendant au moins quatre opérations marchandes qui portent le plus souvent sur des services (transport, hébergement et animations), mais aussi parfois sur des biens (les achats de souvenirs).

Figure 10. Les éléments du bien touristique



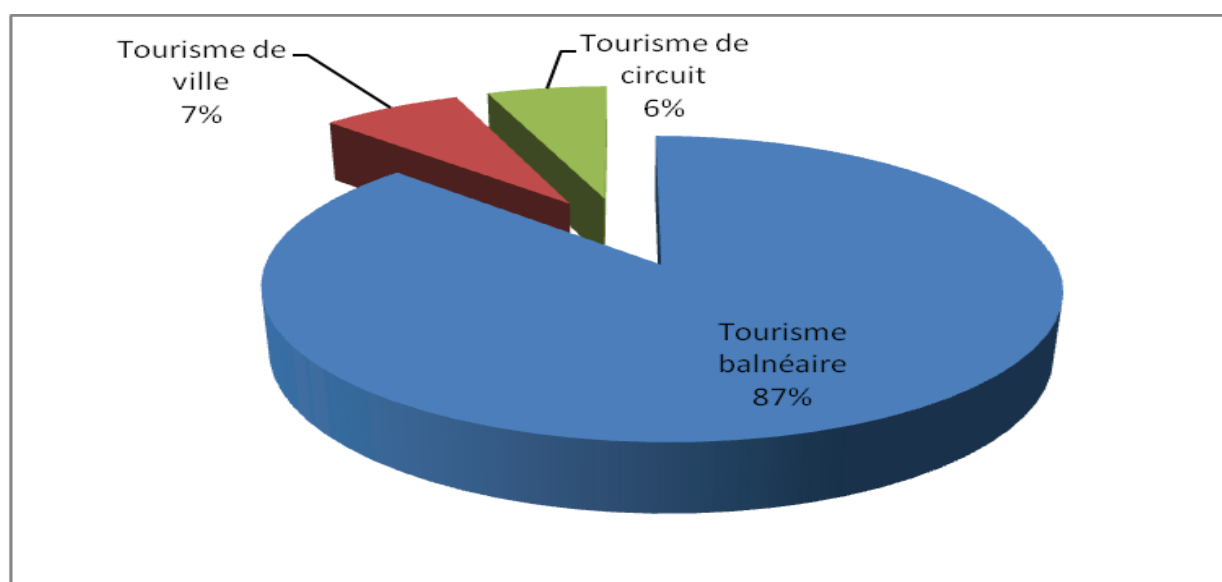
Mais pour que la consommation marchande touristique soit effective, il faut pour cela réaliser en parallèle la production de nombreux biens publics¹³⁴. Lorsque le touriste achète un séjour, il va donc consommer une série de biens et services (repas aux restaurants, nuitées passées et quelques souvenirs) qui ont une valeur marchande. Mais il vient surtout parce qu'il est attiré par la beauté des paysages littoraux, le calme de la nature et la variété de l'environnement. Ces biens, qui n'ont pas de valeur marchande, constituent des biens publics. Le schéma ci-dessus reprend ces différents niveaux de combinaison et décrit plus précisément la liste des biens publics généralement concernés par la consommation touristique.

La complexité du produit touristique ne s'arrête pas là. Sa nature dépend également du motif qui sous-tend le déplacement de l'agent qui le consomme. On voyage en effet pour de nombreuses raisons, principalement pour prendre des vacances, réaliser des affaires ou encore rendre visite à des amis et parents, les vacanciers dans la ville ou d'un circuit. Cette dernière distinction prime dans le modèle tunisien et renseigne sur la dynamique de cette industrie : évolution du type de produits commercialisés, distribution géographique des bénéfices et des ressources, etc. Elle permet d'observer la mobilité des touristes à travers le pays ; il semble, par exemple, que les touristes des nouveaux marchés, notamment ceux d'Europe de l'Est, ont tendance à préférer des produits de type "circuit". Néanmoins dans le cas tunisien, le tourisme

¹³⁴ La théorie économique définit les biens publics comme étant des biens dont on ne peut exclure personne de la consommation (Varian, p. 603).

balnéaire reste le motif principal du séjour (cf. le tableau 34 ci-après) et l'hôtel, le mode d'hébergement préféré. À l'intérieur de cette stratégie, on observe, autre exemple, que la part des 4 étoiles passe de 22% à 29%. De même, bien que faible, la part des clubs de vacances, progresse.

Figure 11. Répartition de la capacité par motivation



Source : Stat. O.N.T.T (2010).

1.1.2- Les acteurs :

L'offre du produit touristique tunisien se partage entre quatre principaux acteurs

a. Les tour-opérateurs (et agences de voyages)

Les tour-opérateurs (T.O) sont organisateurs, producteurs et vendeurs de voyage-séjours de vacances, comprenant tout ou partie des services demandés par les consommateurs du tourisme. Ils définissent, organisent et vendent en gros un service relativement nouveau : le "Séjour all inclusive"¹³⁵. Ces formules sont ensuite écoulées au détail par les agences de voyages. Élément moteur du système, les tour-opérateurs se concentrent sur la mise au point du service et de son "marketing" et sont poussés à définir "un produit" qui pourra être vendu massivement. Cet acteur joue un rôle clef dans le modèle tunisien puisque 80% des touristes viennent par son entremise. 40% de la valeur du forfait

¹³⁵ Voyage tout compris.

journalier lui revient en moyenne, le solde se répartissant équitablement entre le transporteur (30%)¹³⁶ et l'hôtelier (30%). Chaque pays émetteur est ainsi couvert par un ou plusieurs tour-opérateurs comme le montre le tableau 34.

Tableau 34. Principaux Tour Opérateurs en Tunisie

Pays	Tour opérateurs	Nombre d'hôtels	Nombre de lits	%
Allemagne	Paradise international, Iberotel, L.T.I, I.T.Club, Robinson Club, NUR Touristic	24	12 134	31
France	Fram, Club Med, Méridien, Jet Hôtel, Accor ¹³⁷	24	10821	28
Espagne	Sol Média, TRYP, et M.T.C.	14	6983	18
UK/USA	Corinthia, Cleopatra, Hilton, Sheraton, Meridien Forte	5	2417	6
Italie	Venta Club	2	1232	3
Autriche	Magic life, Phoenix Star	3	1042	3
Suisse	Hotel plan Horizon	1	400	1
Autres		6	3606	9
	Total	79	38635	100

Source : Recherche et réalisation personnelle.

La spécificité du tourisme tunisien comme tourisme de masse, avec une prépondérance de la clientèle européenne de niveau moyen qui opte pour les contrats à forfait complet (réservation, transport aérien, pension complète ou demi-pension, excursions...), a favorisé l'intervention des voyagistes internationaux, surtout européens. Ces grandes organisations de voyages et de vacances sont principalement allemandes (NUR, HTU, TUI, ITS..), françaises (Nouvelles frontières, Jet Tours, Fram, Accor...), britanniques, (Air tours, Thomson), italienne (Franco Rosso), turque (Tjaereborg) et scandinaves et ont leurs compagnies charters. Pour s'insérer dans un marché très concurrentiel, les hôteliers et l'Etat tunisien ont donné "carte blanche" à ces tour-opérateurs. Ces firmes assurent le bon fonctionnement de la capacité d'accueil au rythme prévu devant l'absence presque totale des sociétés nationales capables de contrôler les différentes filières du produit touristique tunisien (Miossec, 1973, p. 42).

¹³⁶ Chiffres fournis par le service statistique de l'ONTT.

¹³⁷ Le groupe Accor gère actuellement onze hôtels (cinq hôtels en location, deux hôtels en propriété et quatre hôtels en gestion pour compte).

b. Les transporteurs

Ce sont les sociétés de transport par terre, mer et air. Celles-ci se répartissent de la façon suivante pour la Tunisie :

- **47%** par voie aérienne
- **42%** par voie terrestre
- **11%** par voie maritime

On voit que les compagnies aériennes jouent un rôle prépondérant dans le cas de la Tunisie. Une trentaine de compagnies se disputent le marché pour acheminer les touristes. Ce mode de transport permet d'augmenter la durée de séjour touristique proprement dit et de proposer ainsi un choix plus étendu de « produits ». Les entrées par voie maritime sont relativement peu nombreuses, mais ce trafic est intéressant car il permet aux touristes de venir avec leurs propres moyens de locomotion. Toutefois, il est relativement coûteux. Enfin les entrées par voie terrestre concernent surtout les populations des pays limitrophes, c'est-à-dire les algériens et libyens.

Le secteur touristique se subdivise en sous-secteur hôtelier et sous-secteur extra-hôtelier.

c. Le sous-secteur de l'hébergement¹³⁸

L'hébergement est assuré principalement par les hôtels et chaînes d'hôtels¹³⁹, les établissements assimilés à l'hôtellerie, les villages de vacances, les terrains de camping, les appartements, etc. En Tunisie, la capacité hôtelière est assurée à 100% par le secteur privé.

Les chaînes hôtelières jouent, à l'instar des grands tour-opérateurs, un rôle prédominant dans l'activité touristique et le développement du tourisme en Tunisie. Les principales chaînes hôtelières tunisiennes sont : "El Mouradi", "Abou Nawas" et le groupe "Amouri". (cf. tableau 35).

¹³⁸ Erbes (1973) a utilisé cette notion pour définir le secteur de l'hébergement.

¹³⁹ L'hôtellerie de chaîne n'est pas une industrie homogène. Elle est au contraire, à l'instar de l'industrie automobile, hautement segmentée. Les deux pôles extrêmes de cette segmentation sont constitués par l'hôtellerie économique d'un côté, et l'hôtellerie de luxe, de l'autre côté, qui constituent deux segments en pleine croissance.

Tableau 35. Principales chaînes hôtelières tunisiennes, localisées en Tunisie

Chaînes hôtelières	Nom de l'hôtel	Catégorie	Nbre de Lits	Localisation
• El Mouradi (15 hôtels)	El Mouradi	4*	1000	Sousse
	Sélima Club	3*	1152	Sousse
	Mouradi Palace	5*	1050	Sousse
	Mouradi Douz	4*	360	Douz
	Résidence Club Kantaoui	4*	1800	Sousse
	Djerba Menzel	4*	1262	Djerba
	Mouradi Mahdia	5*	728	Mahdia
	Palm Marina	5*	788	Sousse
	Africa	5*	476	Tunis
	Mouradi Hammamet	5*	754	Hammamet
	Skanés Beach	4*	1200	Monastir
	STTK-Hammam Bourguiba	3*	140	Ain Draham
	Molka	4*	412	Carthage
	Mouradi Gammarth			Gammarth
	Mouradi Tozeur			Tozeur
• Abou Nawas (20 hôtels)	Total		11122	
	Abou Nawas Montazah	Club	612	Tabarka
	Abou Nawas El Hambra	//	732	El Kantaoui
	Abou Nawas Cap Mahdia	//	526	Mahdia
	Abou Nawas Moanstir	//	628	Monastir
	Abou Nawas Sunrise	//	370	Monastir
	Abou Nawas Nejma	4*	474	Sousse
	Abou Nawas Boujaffar	4*	498	Sousse
	Abou Nawas Jerba	4*	500	Jerba
	Abou Nawas Golf Jerba	4*	184	Jerba
	Abou Nawas Tozeur	4*	254	Tozeur
	Abou Nawas Sfax	5*	456	Sfax
	Abou Nawas El Borj	Club	400	Mahdia
	Abou Nawas El Habib	4*	800	Monastir
	Abou Nawas le Palace	5*	446	Gammarth
	Abou Nawas Gammarth	5*	538	Tunis
	Abou Nawas Tunis	5*	998	Tunis
	Abou Nawas Mechtel	4*	452	Hammamet
	Abou Nawas Hammamet	4*	609	El kantaoui
	Abou Nawas Diar El Andalous	5*	314	Monastir
	Abou Nawas El Ribat	4*		
• Groupe Jerba hôtels)	Dar Zahra	3*	705	Jerba
	Dar Yasmine	3*	604	Jerba
	Dar Dahlia	3*	598	Jerba
	Dar Narjess	Appart hôtel	722	Jerba
	Dar El Manara	3*	340	Jerba
	Dar El Morjane	3*	320	Tabarka
	Dar Mimosas	4*	154	Tabarka
	Dar Oasis	3*	248	Kebili
	Dar Oasis	4*	248	Tozeur
	Dar Tunis		262	Ezzahra
• Groupe Amouri (2 hôtels)	Hasdrubal Prestige	5*	484	Jerba
	Hasdrubal	5*	430	Jerba

Source : Recherche personnelle.

d. Le sous secteur extra-hôtelier

Le quatrième acteur est plus hétérogène (Abitbol 1979, p. 64) et regroupe les restaurants, les bars, les cafés et stations de loisirs, les dancings et boîtes de nuit, les commerces et ateliers de produits plus ou moins spécifiques de la consommation touristique. Ces activités se sont développées bien après l'implantation de l'hébergement en Tunisie.

e. Le jeu des acteurs

Pour jouer un rôle dominant et donc faire face à la demande sans rupture, les tour-opérateurs doivent contrôler, au moins partiellement, deux éléments majeurs de ce qu'ils vendent : les places dans les moyens de transport (essentiellement les places d'avion) et les places dans les hôtels. C'est la réalisation de ce double objectif qui a provoqué le mouvement accéléré d'intégration verticale dans l'industrie touristique. Néanmoins le mouvement d'intégration peut provenir théoriquement de différentes sources : des transporteurs (par exemple Air France possède Jet Tours et la chaîne Méridien), des chaînes d'hôtel, des clubs de vacances ou encore d'ententes entre groupes financiers et tour-opérateurs et / ou d'hôtels/clubs de vacances. De nombreuses combinaisons sont possibles (cf. infra).

L'intégration se fait principalement par contrats divers à moyen ou long terme liant différents sous-secteurs à l'initiative de l'un d'eux ou par le contrôle direct¹⁴¹ de l'un des sous-secteurs sur un ou plusieurs autres. De plus en plus souvent, c'est le succès du marketing et de la publicité du séjour «all inclusive» qui assure la rentabilité des investisseurs touristiques. On voit que le tour-opérateur, «concepteur-promoteur» du produit touristique (séjour tout compris), joue forcément un rôle stratégique important. Il vend et surtout fait vendre le produit car c'est lui qui en assure en grande partie la publicité. De ce fait, il possède un pouvoir d'intégration croissant.

Nous avons pu constater, ces dernières années¹⁴², le recours grandissant des établissements hôteliers tunisiens à une gestion par des sociétés étrangères. Selon les statistiques de l'O.N.T.T (2000), en 1998, on a compté ainsi 69 unités avec 35 820 lits, ce qui représentait respectivement 9.3% et 18.7% du total national. L'intervention des T.O étrangers se fait selon

¹⁴¹ L'intervention des firmes étrangères dans le tourisme en Tunisie prend plusieurs formes, en se diffusant dans les différentes filières du produit touristique tunisien. De l'amont vers l'aval, les grandes firmes européennes spécialisées dans le tourisme accaparent une grande partie des réservations du transport aérien, de l'hébergement, et même de la consommation et du divertissement des touristes à destination de la Tunisie.

¹⁴² En 1985, seulement 15 hôtels totalisant 3 983 lits, étaient gérés par des T.O étrangers.

quatre formes : contrat de location, contrat de gestion, contrat de franchise et contrat d'assistance technique (cf. Tableau 36).

Tableau 36. Les types de contrats entre les hôteliers tunisiens et les T.O européens

Types de contrats	Fonctionnement	Occupation	Localisation
Contrat de location	Contrat entre le propriétaire de l'hôtel et le locataire étranger qui exploite l'unité pour son compte et paye une rémunération fixe ou variable.	36 hôtels avec 17 451 lits soit 48.7% des établissements confiés à des T.O étrangers. Ils intéressent la catégorie 3 étoiles (38% des hôtels), les villages de vacances avec 22%, la catégorie 4 étoiles (19.6%) et celles de 2 et 3 étoiles avec 11% pour chacune	Zones côtières : Djerba-Zarzis (42% de la capacité hôtelière louée à des T.O étrangers), Nabeul Hammamet (15%), Sousse (4%), Tabarka et Bizerte avec moins de 1% pour chacune
Contrat de gestion	Contrat qui permet au manager (les T.O) de gérer l'hôtel pour le compte du propriétaire. Le gestionnaire perçoit, en contre partie de sa gestion, une rémunération de base sur le chiffre d'affaires de 2 à 3.5% avec une part de 8 à 25% sur le bénéfice net	Ce genre de contrats compte 30 unités hôtelières totalisant 17 216 lits (1999). Les catégories concernées par ce type de contrat sont les 3 et 4 étoiles qui totalisent les 2/3 des unités avec plus de 10 200 lits, suivies par la catégorie 5 étoiles avec 10 unités, et 2 unités de villages de vacances totalisant 1 200 lits.	La région de Nabeul-Hammamet compte 31.3% du total des hôtels gérés par contrat de gestion, celle de Sousse 23%, Monastir 16.8%, Tunis 9%, et Tozeur 3.3%.
Contrat de franchise	Permet au propriétaire d'utiliser le contrat commercial du franchiseur (Société étrangère), ainsi que son système de réservation internationale et son support publicitaire et promotionnel. Le franchiseur (propriétaire) gère son établissement pour son compte personnel et se présente au public sous un nom qui désigne les deux parties du contrat (exemple Africa Méridien). En contre-partie de ses services, la société étrangère perçoit une rémunération fixe sur le chiffre d'affaires (2.5% pour le cas d'Africa Méridien)	Hôtels : Kuriat (Monastir), Syphax (Sfax) totalisant 730 lits, et Africa (Tunis) avec 328 lits.	très limités dans leur nombre et très concentrés dans l'espace par rapport aux deux types précédents, deux cas dans la région de Monastir, Sfax, et une seule unité à Tunis.
Contrat d'assistance technique	La chaîne étrangère se charge d'assister l'unité hôtelière tunisienne dans l'élaboration de l'étude technique d'avant projet, l'exécution des travaux, les installations techniques, l'approvisionnement et la gestion hôtelière. La rémunération est forfaitaire et dépend du niveau d'assistance offert par la chaîne Le contrat d'assistance technique ou contrat de développement s'accompagne dans la plupart des cas avec un contrat de location ou de gestion		

Source : ONTT (1999) / Elaboration personnelle.

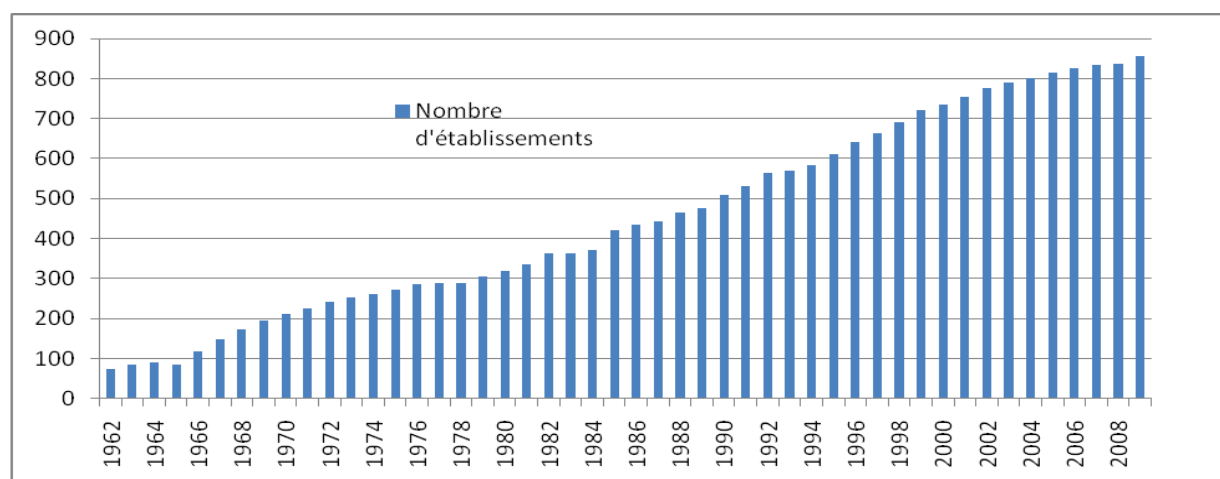
1.1.3- Capacité et qualité de l'hébergement touristique

a. Évolution du parc hôtelier

Entre 1960 et 1969, période de décollage du tourisme en Tunisie, la pression de la demande touristique est telle que, grâce aux mesures incitatives prises par les autorités en faveur des investissements privés, la capacité d'accueil en nombre de lits pour les hôtels classés a été multipliée par près de 7.5 passant de 4 077 à 30 421¹⁴³. En observant de plus près le processus, le nombre d'hôtels mis en service annuellement n'est passé que 74 en 1960 à seulement 91 en 1965 ; ce n'est qu'à partir de 1966 que le phénomène prend de l'ampleur puisqu'en fin de période 118 hôtels ont été ouverts. Cette période coïncide avec le 1^{er} plan quadriennal 1965-1968.

L'expansion de la capacité d'hébergement continue sur la période 1969-1979 (cf. la figure n°12), nullement affectée par le choc pétrolier. On passe ainsi d'une capacité d'hébergement de 30 421 lits en hôtellerie classée (196 hôtels) à 68 843 lits (soit environ 300 hôtels).

Figure 12. Evolution du nombre d'hôtels



Source: Stat. ONTT, 2010.

Avec l'appui du nouveau code touristique de juin 1983, 157 unités classées voient le jour sur la décennie suivante, portant ainsi la capacité d'hébergement à 109 771 en 1989 et ce en dépit de la stagnation des années 1982-1983, provoquée par la récession américaine du début des années quatre vingt.

¹⁴³ Il s'agit ici des seuls hôtels classés.

La décennie 1990-2000 accroît encore le nombre de lits de 70 899 unités, ce qui représente en 2000, 197 453 lits. L'année 2000, point haut du cycle exceptionnel de croissance de l'économie américaine et donc de l'économie mondiale, est notamment marquée par une hausse de l'offre touristique avec l'ouverture de 34 nouveaux projets hôteliers, ce qui porte le parc hôtelier homologué tunisien à 736 hôtels.

Les années 2001-2009 semblent marquer un tournant dans la stratégie des investisseurs puisque se dessine une orientation vers l'amélioration de la qualité des hôtels, notamment 4 étoiles. L'expansion du parc hôtelier continue malgré tout puisque, sur ces huit années, on assiste à l'ouverture de 91 nouveaux hôtels. En 2009, la Tunisie dispose d'une offre d'hébergements de 239 890 lits dans 856 hôtels classés.

b. Évolution de la qualité de l'hébergement touristique

La capacité d'accueil est majoritairement localisée sur le littoral tunisien (environ 84% du parc hôtelier). Cette pression sur le littoral est renforcée par le fait que trois régions, Nabeul-Hammamet (27%), Djerba-Zarzis (21%), Sousse-Kairouan (17%), accueillent la quasi-totalité des personnes venant en Tunisie.

L'offre touristique tunisienne présente une prédominance d'hôtels classés (91% de la capacité totale) ; le reste se partage entre lits de vacances/pensions de famille (5%) et résidences/hôtels non classés (4%). Rappelons que les hôtels et résidences sont classés par l'ONTT selon les normes internationales régissant le secteur touristique. L'hôtellerie tunisienne est essentiellement une hôtellerie moyenne gamme. Les hôtels de catégorie 3 étoiles, totalisant 85 379 lits en 2009 (cf. tableau 37), prédominent pour le nombre potentiel de touristes accueillis (37% de la capacité globale). Ils sont au nombre de 211 avec une capacité moyenne d'hébergement de 280 lits, ce qui laisse suggérer des structures d'accueil très imposantes, voire trop imposantes. Au nombre de 132, pour une capacité de 26 686 lits, les hôtels classés 2 étoiles, fréquentés principalement par une clientèle jeune ou une clientèle aux moyens plus modestes (celle des pays de l'Est, notamment) représentent en termes de chiffres d'affaires une faible proportion du montant des devises rapportées par le secteur touristique. À elles seules, ces deux catégories, totalisent 43% de la capacité d'accueil en lits et 40% du nombre d'établissements. De plus, il y a lieu d'ajouter à ces deux catégories les 9 927 lits des 13 établissements classés en village de vacances, dont les équipements et normes sont relativement proches. Ces trois catégories, correspondant à la gamme moyenne des

hébergements touristiques, totalisent 114 015 lits (48% de la capacité globale) dans 356 unités (42%).

Depuis 1995, on assiste à la construction d'hôtels de luxe classés dans la catégorie 4 étoiles. Ce type d'hôtels représente actuellement en Tunisie 77 138 lits répartis sur 156 établissements. Ces structures, de construction récente, sont plus modernes et plus aptes à satisfaire pleinement les désirs de la clientèle. Cette montée en gamme s'observe également depuis quelques années à travers l'augmentation sensible du nombre d'hôtels de catégorie 5 étoiles. Aujourd'hui leur nombre atteint une vingtaine d'unités pour environ 28 709 lits. Ajoutons que les nouveaux hôtels construits tendent à occuper moins d'espace et à proposer une capacité d'hébergement plus réduite. On voit ainsi que les promoteurs touristiques tunisiens comprennent aujourd'hui la nécessité d'orienter leur tourisme vers un tourisme de qualité. L'hôtellerie tunisienne, de plus en plus constituée d'établissements de haut standing, cherche à améliorer la qualité de l'accueil et la diversité des prestations de services proposées. Toutefois, ce bref aperçu sur l'évolution de la capacité d'accueil touristique de la Tunisie serait incomplet sans mentionner l'existence des 59 hôtels de catégories une étoile et les 160 hôtels non classés, surtout représentées dans les grandes villes, en majorité à Tunis. Il est évident que ces hôtels demandent à être rénovés rapidement, d'autant qu'ils drainent une clientèle assez importante, exclusivement jeune et maghrébine.

Enfin pour clore ces développements consacrés à l'hébergement touristique en Tunisie, il paraît judicieux d'indiquer que les meilleurs taux d'occupation sont atteints dans les établissements hôteliers situés dans la gamme « moyenne supérieure ». Ces taux se situent aux alentours de 64 à 66% contre seulement 45% pour les hôtels de luxe. Ces pourcentages ne sont pas surprenants ; ils résultent du positionnement historique du tourisme tunisien sur une clientèle modeste attirée par des actions promotionnelles en termes de prix. L'image d'un pays ne se décrète pas, elle se construit. La bifurcation du secteur touristique tunisien vers un tourisme de qualité s'avère être une œuvre de longue haleine.

Tableau 37. Répartition des hôtels par catégorie durant la période 2003-2009

Année Catégorie	2003	%	2009	%
*****	24 709	12	28709	13
****	71 245	36	77138	35
***	78 371	39	85379	39
**	21 902	11	22609	10
*	2 987	2	5249	3
Total	199 921	100	219 084	100

Source: Stat. ONTT(2010).

1.2- La demande touristique

La demande touristique¹⁴⁴ a connu au cours des 47 dernières années un développement remarquable sur le plan quantitatif : le nombre de touristes étrangers en Tunisie est passé de 52 752 en 1962 à 6 901 406 visiteurs¹⁴⁵ en 2009. Cette croissance exponentielle montre bien à quel point le produit touristique tunisien a fait l'objet d'une importante demande internationale. Ces entrées de touristes diffèrent selon les régions géographiques; en fait, ce sont les touristes européens qui se placent en tête de ces entrées avec 54.2%, suivis par les magrébins 43.5% (ONTT 2010).

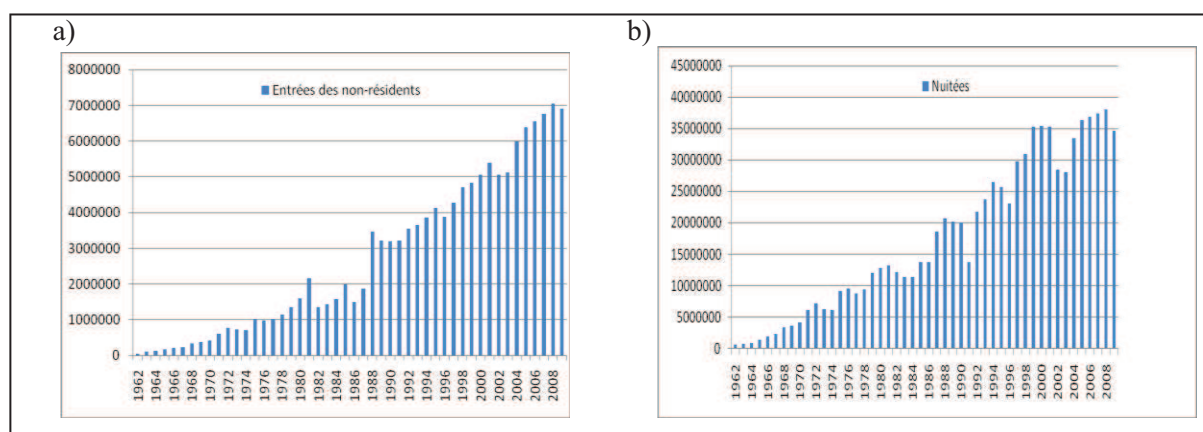
Afin de mieux cerner la demande touristique, nous en proposons d'abord une vision globale à partir de quelques indicateurs, puis une analyse plus précise en évoquant les différents marchés.

1.2.1- Un aperçu global

a. Les arrivées et nuitées touristiques

À partir de la figure 13, on constate que les arrivées touristiques sont passées de 52 752 en 1962 (640 419 nuitées) à 6 901 406 en 2009 (34.624 millions de nuitées).

Figure 13. Les arrivées et les nuitées touristiques



Source: Stat. ONTT (2010), Elaboration personnelle.

¹⁴⁴ Les statistiques du tourisme en Tunisie utilisent des définitions du tourisme différentes de celle de l'OMT. En effet, selon l'OMT : un touriste désigne : "Toute personne en dehors de sa résidence habituelle pour une durée allant d'au moins 24 heures (ou une nuit) à quatre mois au plus pour l'un des motifs suivants : agrément (vacances et séjours de fin de semaine), santé (thermalisme, thalassothérapie,...), missions ou réunions de toute sorte (congrès, séminaires, pèlerinages, manifestations sportives...), voyages d'affaires, déplacements professionnels, voyages scolaires". Cette définition explique que le tourisme est identifié par la durée et le motif pour le voyage. L'ONTT, quant à lui, rajoute les touristes séjournant moins de 24 heures (en transit).

¹⁴⁵ Le mot visiteur comprend tous ceux qui sont entrés en Tunisie avec des fiches d'immigration, en incluant les visiteurs touristes, par contre ce total exclut le nombre de tunisiens résidant à l'étranger.

Nous reprenons ici la décomposition de l'évolution du tourisme en trois périodes :

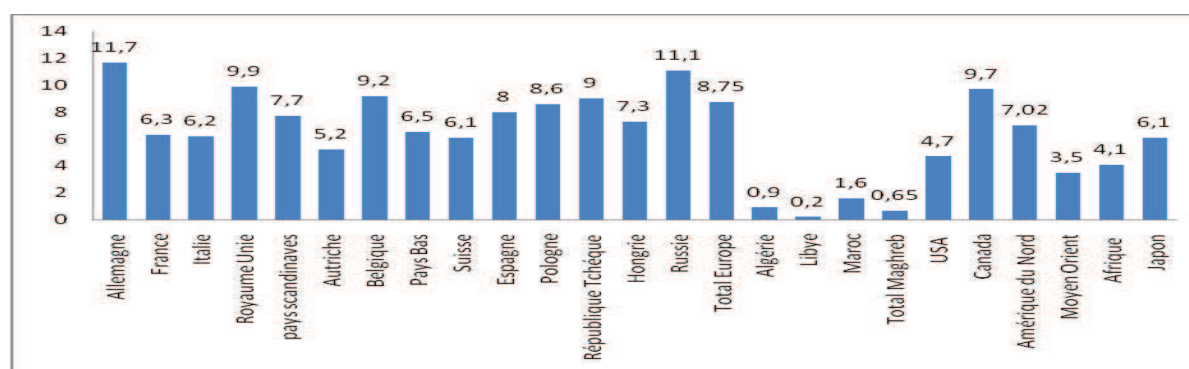
- la période **1962-1981** : on constate une progression remarquable au niveau des arrivées et nuitées touristiques, les taux de croissance annuels moyens respectifs étant de 22% et 5%. En effet, selon l'ONTT (2006), en 1962, 52 752 touristes ont visité la Tunisie. Le nombre de nuitées correspondant s'élevait à 395 777. En 1981, les arrivées se sont élevées 2 150 996 et les nuitées à 12 507 186 nuitées. Durant cette période, on note une baisse annuelle de 7% d'arrivées en 1973, suite à la première crise pétrolière, (de 780 350 en 1972 à 721 897 en 1973) et de 13% de nuitées (de 6 777 779 en 1972 à 5 882 497 nuitées en 1973). Pour ce qui est de l'année **1976**, on enregistre une baisse annuelle de 4% des arrivées (de 1 013 851 en 1975 à 977 818 arrivées), mais une croissance au niveau de nuitées de 30% (de 520 344 en 1975 à 678 288 nuitées en 1976).
- La période **1982-1989** : on enregistre une progression de 13 % (passant de 1 355 129 à 3 222 236). Le phénomène le plus marquant sur cette période est que le nombre de touristes a diminué deux fois, en 1982 et 1986. En effet, entre 1981 et 1982, conséquence de la récession mondiale, il est passé de 2 150 996 à 1 355 129. Il en est de même pour les nuitées : 12 507 186 à 11 160 209. Entre 1985 et 1986, les flux ont évolué de 2 002 997 à 1 502 092 pour les touristes et de 12 971 218 à 12 549 689, pour les nuitées. Cette baisse s'explique notamment par les problèmes politiques en Tunisie (les "émeutes du pain" en 1984) et plus généralement par les difficultés économiques nécessitant la mise en place d'un Programme d'Ajustement Structurel (PAS) en 1986.
- De **1990 à 2009**, la tendance s'est accélérée : pour le premier indicateur, il est passé de 3 203 787 à 6 901 406 (5%) et, pour le second, de 18 841 291 à 34 623 504 (6%). Cette croissance est due essentiellement à la dévaluation du dinar tunisien de 40% par rapport aux principales monnaies utilisées dans les paiements extérieurs de la Tunisie.
Durant cette période, on constate une chute en **1990**, recul dû en grande partie à la crise du Golfe. En 1991, les nuitées sont fixées à 13 793 156, soit une baisse de 24,3%, comme c'était le cas auparavant. Nouvelle chute en **2002**, à la suite des événements du 11 septembre 2001 et de l'attentat de Djerba contre la synagogue de Ghriba (2002) ; la demande a baissé (on passe à 5 063 538 nuitées alors qu'on était à 5 387 300, en 2001), notamment celle du marché allemand. En effet, au lendemain des attentats aux Etats Unis, les destinations touristiques ont été touchées par les annulations, qui pour beaucoup d'établissements, ont eu des effets régressifs (une diminution des taux d'occupation de 44% à 42% en 2003).

Ainsi, sur la base de ces données, nous pouvons dire que malgré le développement remarquable au niveau quantitatif du tourisme en Tunisie, les conditions conjoncturelles telles que les conflits internationaux, les troubles intérieurs, le terrorisme, les crises économiques affectent profondément la demande touristique internationale et donc sur le développement du tourisme tunisien. Selon Ritcher et Waughir (1986) : « *La sécurité politique constitue, avant les attractions touristiques, la condition principale pour le développement touristique. Ceci vient confirmer le fait que «le tourisme est une industrie de paix». En temps de crise, de conflit ou de guerre, il constitue, de par sa fragilité et sa vulnérabilité, la première victime* ».

b. La durée moyenne de séjour par nationalité

L'analyse de la répartition de la durée moyenne de séjour par nationalité montre que les allemands (11.7j), les russes (11.1j), les britanniques (9.9) et les canadiens (9.7) sont restés le plus longtemps en Tunisie. Par contre, la durée moyenne de séjour pour les visiteurs en provenance des pays du Maghreb est plus ou moins inférieure à 1 (0.9 jour pour les algériens, 0.2 pour les libyens et 1.6 pour les marocains). Ces courts séjours des maghrébins se justifient par plusieurs raisons liées essentiellement au motif du voyage : santé pour les libyens, affaires pour les marocains et shopping pour les algériens.

Figure 14. Durée moyenne de séjour par nationalité en 2009



Source : Stat. ONTT (2010), Elaboration personnelle.

1.2.2- Les principaux marchés

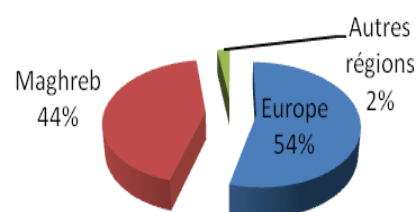
Le marché touristique tunisien reste dominé par la clientèle européenne qui représente la grande part des personnes visitant la Tunisie, malgré la progression importante du flux des touristes maghrébins qui s'est manifestée ces dernières années. En effet, en 2009 les

Européens représentaient 54% des entrées (Europe de l'Ouest, Europe de l'Est et autres pays européens), les maghrébins 44% et autres 2% (cf. tableau 38 et figure 15).

Figure 15. Origine géographique des visiteurs en 2009

Origine Géographique	Nombre de visiteurs
Europe	3 743 509
Maghreb	2 999 100
Autres régions	158 797
Total de visiteurs	6 901 406

Source: Stat. ONTT (2010).



	Nombre de visiteurs											TCAM
Pays	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	99-09
Allemagne	1036262	1011298	934747	613666	488481	569475	571934	547403	514040	521513	484154	-7%
France	893664	997882	1047426	885167	833989	1020810	1170100	1234735	1335409	1395255	1344697	4%
Italie	354616	393891	398349	375160	379373	448292	472768	464323	444474	444541	383851	1%
Royaume Uni	261877	299376	314741	257799	223189	300784	327542	350693	312773	254922	275652	1%
Scandinave	64699	75794	76890	66529	70381	80809	112023	82811	103417	114958	104617	5%
Autriche	138261	110160	114818	77168	70065	84383	86412	92034	89213	72866	60654	-8%
Belgique	132361	139846	150674	122111	132596	140790	155082	164301	167443	169061	168108	2%
Pays Bas	69147	67587	62432	48885	44490	53683	66096	78542	86499	95307	82904	2%
Suisse	110202	118779	114228	93937	85765	99117	92766	103124	106156	105728	99822	-1%
Espagne	86857	102828	87441	74325	78223	114871	146404	140255	127335	104782	90230	1%
Total Europe-Ouest	3147946	3317441	3301746	2614747	2456556	2859331	3201127	3402096	3432998	3431722	3218705	1%
Pologne	77135	49837	53901	36720	54443	75133	122627	135402	148707	207531	175319	9%
Rép.Tchèque	59733	54762	57186	58813	90038	128404	145881	153927	153356	125573	92713	4%
Hongrie	23281	33445	30782	30468	55532	52895	58546	48534	53985	54734	30148	3%
Russie	22067	20979	27198	47207	73376	99406	96175	111705	140728	160518	126516	19%
Total Europe-Est	182216	159023	169067	173208	273389	355838	423229	489913	544689	598654	466528	10%
Autres pays Europe	130695	139649	147713	130571	110362	266883	244679	64265	70742	76299	58276	-8%
Total Europe	3460857	3616113	3609526	2918526	2840307	3482052	3869035	3956274	4048429	4106675	3743509	1%
Algérie	616447	611620	623337	728309	811463	914064	930715	945324	980587	968499	961343	5%
Lybie	603074	685208	1016569	1280733	1325660	1435785	1404007	1472411	1544839	1766881	1995236	13%
Maroc	37785	37689	35525	38865	35003	35897	29912	32386	29189	32430	29458	-2%
Mauritanie	5382	5558	5394	5788	6962	8111	7871	8258	9627	12049	13063	9%
Total Maghreb	1262688	1340075	1680825	20536695	2179088	2393857	2372505	2458379	2564242	2779859	2999100	9%
USA	13627	16373	14108	11581	10279	13205	15737	16284	17862	19166	19306	4%
Canada	13423	14902	14378	10339	11913	15803	17039	15278	15884	17109	19969	4%
Total Amérique Nord	27050	31275	28486	21920	22192	29008	32776	31562	33746	36275	36275	3%
Moyen orient	32338	27142			30909	36741	37418	35628	37788	41833	40284	-1%
Afrique (hors Maghreb)	11373	10945			18132	25692	23842	23343	25119	29085	31180	11%
Japon	9314	8343	7804	7167	6833	7109	9433	10847	11414	11206	11073	2%
Autres	28038	23038	60659	62230	334974	49160	24492	33516	41168	44066	39985	4%
Total	4831658	5057513	5387300	5063538	5414303	5997927	6378435	6549549	6761906	7048999	6901406	4%

Source : Stat. ONTT, calcul et présentation personnelle.

*TMCA : Taux de croissance annuel moyen

a. Le marché européen

Le marché européen se segmente néanmoins en douze marchés distincts : le marché français, allemand, anglais, italien, scandinave en général, espagnol, belge, autres et depuis peu le marché des pays de l'Est.

Représentant 54 % des arrivées des non résidents en 2009, le marché européen en Tunisie connaît une faible croissance. En effet, le nombre des entrées des européens est passé de 3 460 857 à 3 743 509 de 1999 à 2009 soit un taux de croissance de 1%, les nuitées, quant à elles, ont plafonné à 29.157 millions de nuitées en 2009 contre 29.412 millions en 1999 (cf. Tableau 39).

Tableau 39. Entrées et nuitées réalisés par le marché européen

	1999	2009	Taux de croissance
Entrées des non résidents	3 460 857	3 743 509	1%
Nuitées réalisées	29 412 000	29 157 852	0%

Source: Stat (ONTT, 2010), Elaboration personnelle.

Il convient cependant d'analyser cette évolution plus finement selon les nationalités, c'est-à-dire selon les marchés émetteurs, car ce taux de 54% est la résultante de plusieurs taux qui ont connu des fluctuations importantes au cours de ces dernières années engendrées essentiellement par les bouleversements économiques et politiques des pays de l'Europe de l'Est.

- **Le marché Français**

Le marché français constitue l'un des principaux marchés émetteurs du bassin méditerranéen, ce qui est aisément compréhensible quand on considère la proportion de français ayant l'habitude de prendre des vacances. En effet sur une population de 60.825 millions d'habitants en 2005, 51.8 millions partent en vacances, dont 17% à l'étranger.

Au niveau de l'activité charter et, par ordre de préférence, les français partent d'abord en Espagne (18.6%), en Grèce (16.3%), en Tunisie (15.2%), puis au Maroc (13.5%).

Le marché français continue sur sa lancée, en enregistrant tant au niveau des arrivées aux frontières qu'au niveau des nuitées une hausse supérieure à 4% et 2%. Ainsi le nombre d'arrivées a atteint 1.344 millions en 2009 contre 893 664 en 1999. Quant au volume des nuitées, il est passé de 6.766 millions en 2001 à 8.451 millions en 2009.

Pour la Tunisie et selon l'Office du Tourisme Tunisien (ONTT, 2010) le marché français demeure un marché potentiel attractif car l'activité touristique et les habitudes de vacances y sont très stables. Cependant, il est possible d'opposer à cette allégation le raisonnement suivant : les ressortissants français, appartenant à une catégorie socioprofessionnelle supérieure, ont généralement les moyens financiers suffisants pour se payer d'autres «destinations soleils» plus prisées que la Tunisie. En outre, il est vrai que plus la distance parcourue est élevée, plus les personnes ont l'impression d'être dépayssées, ce qui souvent est la motivation principale des personnes appartenant à ces catégories socioprofessionnelles. D'autre part, ces personnes recherchent à juste titre un service irréprochable en rapport avec le coût et le standing des établissements qu'elles aiment fréquenter pendant leurs vacances.

Il apparaît ainsi que la Tunisie perd la clientèle française haut de gamme pourvoyeuse d'importants montants de devises et ce, au détriment d'une clientèle moyenne, voire bas de gamme, attirée exclusivement par le bon rapport qualité-prix proposé par les hôtels tunisiens.

- Le marché allemand

Ce marché tarde à retrouver le niveau des performances atteintes en 1999 (1 036 262) et 2000 (1 011 298). En effet, les arrivées allemandes ont régressé de 7% en moyenne pour atteindre 484 154 en 2009 contre 1 036 262 en 1999. Pour leur part, les nuitées ont totalisé 5.655 millions contre 12.064 millions en 1999, soit une baisse de 7% qui correspond à une régression de près de 6.409 millions nuitées.

Au contraire des français, qui privilégient le tourisme intérieur, il apparaît que les allemands apprécient grandement le tourisme extérieur et particulièrement les destinations «soleil». Ainsi, sur une population de 82.438 millions, 35 millions d'allemands partent annuellement à l'étranger, ce qui place l'Allemagne, au premier rang, en termes de dépenses touristiques avec 74.4 milliards de \$ en 2005 selon le rapport de l'OMT 2009.

La Tunisie vient ainsi très loin derrière l'Espagne, qui récupère 50% de la clientèle allemande et la Grèce, représentant 11% de cette clientèle.

L'Espagne, la Grèce et la Tunisie sont trois destinations très ensoleillées et très proches de l'Allemagne en termes de distance. Cette prédominance du marché touristique espagnol par rapport à celui de la Tunisie vient du fait que le tourisme espagnol est parfaitement organisé, que les différents intervenants de ce secteur coordonnent parfaitement leurs efforts afin que les touristes soient bien encadrés. Malheureusement, ce n'est pas le cas pour la Tunisie et il apparaît que cela constitue une grave lacune du tourisme tunisien.

La Tunisie a jusqu'à présent exploité ce marché important qui se distingue par de longues durées moyennes de séjour en Tunisie (entre 10 et 13 jours) et donc par des recettes et des entrées de devises plus importantes. Cependant, à en juger les articles et la presse tunisienne à l'égard du tourisme, il semble que l'amélioration de ces performances demeure toujours possible, car il apparaît que les allemands, malgré leur fort pouvoir d'achat dépensent relativement peu dans et à l'extérieur de leurs hôtels profitant au maximum des avantages offerts par le «forfait vacances» dont ils bénéficient.

Un point positif du marché allemand est que la population tunisienne qui travaille dans le tourisme commence à apprendre à parler la langue allemande, ce qui rajoute aux qualités des prestations touristiques tunisiennes.

- Le marché italien

Le marché italien est en expansion en Tunisie ces dernières années. En effet, au cours de l'année 2009, 383 851 entrées en provenance de l'Italie ont été enregistrées, soit un accroissement de 29 235 par rapport à 1999 (354 616 entrées)¹⁴⁸. Cette augmentation a été amorcée en 1987, année au cours de laquelle la Tunisie a enregistré 100 168 entrées de citoyens italiens. Ainsi, ces performances s'expliquent tout d'abord par les efforts des différents tour-opérateurs auprès de la population italienne. De plus, l'action promotionnelle effectuée par l'Office National du Tourisme Tunisien (ONTT) en Italie depuis quelques années a également bien profité au tourisme tunisien. En effet, par cette action la population italienne a été plus sensibilisée aux différents aspects et aux différentes richesses tant géographiques que culturelles de la Tunisie. À cet égard, il faut rappeler que la Tunisie a longtemps connu une influence romaine.

Par ailleurs, il semble que le redressement économique qu'a connu l'Italie depuis 1991 a également joué un rôle non négligeable dans l'augmentation de la fréquentation italienne de la Tunisie.

Aussi bien sur le plan global que sur le plan du trafic charter, la Tunisie occupe la troisième position au niveau des destinations balnéaires des italiens, arrivant après l'Espagne et la Grèce.

¹⁴⁸ De manière plus globale, sur une population totale de 58.423 millions en 2005, 34 millions d'italiens partent en vacances dont 4.2 millions voyagent à l'étranger.

Enfin, il apparaît que les italiens semblent moins soucieux de l'organisation touristique du pays que les anglais ou les allemands, mais qu'en revanche il porte plus d'intérêt aux divertissements proposés dans les hôtels.

- **Le marché britannique**

Les anglais sont également très friands de destination soleil pour leurs vacances, à la recherche notamment d'un dépaysement climatique. Sur une population de 60.9 millions d'habitants en 2005 une large proportion a l'habitude de partir en vacances : 48.5 millions d'anglais partent annuellement en vacances, dont 59% font du tourisme intérieur (28.5 millions), le reste, soit 20 millions, préfèrent l'étranger (OMT, 2009).

Au niveau des entrées sur le territoire tunisien, le nombre d'anglais à visiter la Tunisie s'élève à 275 652 en 2009 contre 261 877 en 1999, soit une hausse annuelle moyenne de 1%. Quant aux nuitées, elles ont évolué au un même rythme que les arrivées (+1%) en totalisant 2.730 millions de nuitées contre 2.637 millions en 1999.

Si on raisonne sur l'activité charter, la Tunisie ne retient que 1.7% des sièges, soit 170 000 sièges, ce qui la place loin derrière l'Espagne (43%), la Grèce (15%) et le Portugal (6%). Il semble que cette suprématie de l'Espagne en matière du tourisme «européen» est non seulement due à sa proximité géographique, mais aussi aux qualités d'organisation et d'encadrement des professionnels du tourisme.

- **Les marchés belges, hollandais, espagnols, suisses et autrichiens**

Les flux touristiques en provenance des marchés belges, hollandais et espagnols ont connu des variations positives, respectivement de 2% pour le marché du Benelux (Belgique et Hollande), en passant à 251 012 touristes en 2009 contre 201 508 en 1999 et de 1% pour le marché espagnol (90 230 touristes en 2009 contre 87 441 en 2001). À l'inverse, les marchés suisses et autrichiens ont enregistré une baisse moyenne des arrivées (-1% et -8%) et de nuitées (-12% ; -5%) sur la même période. La baisse de ces deux marchés peut être en partie expliquée par le détournement des touristes vers d'autres destinations et notamment vers la Turquie et l'Egypte.

Tableau 40. Répartition des marchés

	1999	2009	TCMA
Belges	132 361	168 108	2%
Hollandais	69 147	82 904	2%
Espagnols	-	90 230	1%*
Suisses	110 202	99 822	-1%
Autrichiens	138 261	60 654	-8%

Source : Stat. ONTT (2010), Elaboration personnelle.

*En l'absence des données statistiques du marché espagnol, le taux de croissance est calculé par rapport à 2001.

- Le marché scandinave

Ce marché, regroupant la Suède, le Danemark, la Finlande ainsi que la Norvège, représente, d'une manière générale, 3.73 millions de départs en vacances sur des vols « charters ». C'est un marché qui peut être très porteur pour la Tunisie et l'ensemble des pays méditerranéens. La Tunisie ne représente que 2.1% en termes de pénétration de ce marché, soit l'équivalent de 77 300 sièges charter, c'est-à-dire loin derrière l'Espagne (48%), la Grèce (26%) et Chypre (6.2%) (OMT, 2006).

Il semble que cette faible pénétration soit exclusivement due aux problèmes organisationnels du tourisme tunisien, ainsi qu'au nombre restreint d'endroits destinés aux distractions nocturnes sur le littoral tunisien. En effet, il ressort d'une étude sur le comportement des scandinaves lors de leurs déplacements touristiques à l'étranger (Banque Mondiale, 2002), que ce sont des peuples qui portent une grande importance aux divertissements «nocturnes» pendant leurs vacances. A cet égard, il est bien évident que l'Espagne ou la Grèce sont mieux placés dans l'offre de ce type de divertissements.

En 2005, en Suède, les départs en vacances ont augmenté d'une manière générale de 19%, au Danemark de 12%, en Norvège de 13.6% et en Finlande de 26.5% par rapport à 2002. La Tunisie doit donc saisir cette opportunité et agir davantage sur ce marché potentiel pour ne pas le perdre définitivement, surtout si on considère qu'il est actuellement en perpétuelle régression. Cependant, il nous semble que la Tunisie doit chercher à attirer cette clientèle par d'autres moyens, notamment par l'intermédiaire du développement d'animations sportives au sein des établissements touristiques. De plus, il est évident que la Tunisie doit faire un grand effort en matière de protection et d'entretien de l'environnement (Banque Mondiale, 2002) car les scandinaves, d'une manière générale, sont très sensibles à cette dimension.

En ce qui concerne les entrées de touristes en Tunisie, ce marché vient en septième position avec 104 617 entrées en 2009 contre 64 699 en 1999, soit une hausse de 5%. Cette hausse a concerné essentiellement les marchés suédois et danois et, dans une moindre mesure, le marché finlandais. Le marché norvégien a quant à lui évolué négativement.

Tableau 41. Le marché scandinave

	2002	2009	TCAM
Danois	9 392	23 386	14%
Norvégien	23 703	18 636	-3%
Suédois	20 675	46 603	12%
Finlandais	12 759	15 922	3%
Total	66 529	104 617	7%

Source: Stat. ONTT (2010).

Après 2005, ce marché a souffert de la crise provoquée par l'affaire des caricatures. En effet, au terme de l'année 2006, les arrivées des scandinaves ont chuté de 26.1%. Elles ont atteint 82 811 contre 112 023 en 2005. Les nuitées ont baissé au même rythme que celui des arrivées (-26%), en passant de 904 450 en 2005 à 669 322 en 2006.

- Les marchés des pays d'Europe de l'Est

L'analyse du taux moyen de croissance annuelle montre l'émergence accrue, durant ces dernières années, d'une clientèle venant des pays de l'Europe de l'Est¹⁴⁹. Les taux de croissance enregistrés ces dernières années sont remarquables, notamment pour la Russie (19%) et la Pologne (9%) (cf. tableau 42).

Tableau 42. Les principaux marchés de l'Europe de l'Est

	1999	2009	TCMA
Pologne	77 135	175 319	9%
République Tchèque	59 733	92 713	4%
Hongrie	23 281	30 148	3%
Russie	22 067	126 516	19%

Source: Stat. ONTT (2010).

À partir de 2005, selon les statistiques de l'ONTT (2010), nous avons pu observer l'arrivée d'autres pays tels que la Slovaquie (2 688 touristes) et la Roumanie (563 touristes).

¹⁴⁹ L'Europe de l'Est inclut la Pologne, la Tchéquie, la Slovaquie, la Hongrie, la Bulgarie et la Russie.

b. Le marché maghrébin

Le marché maghrébin se compose de quatre segments : l'Algérie, la Libye, le Maroc et la Mauritanie. Ces arrivées, originaires des pays du Maghreb représentent 44% du total des arrivées des non-résidents en 2009 (alors qu'elles n'étaient que de 26.1% en 1999). Les deux principaux pays émetteurs sont ici la Libye (66%) et l'Algérie (32%).

Cette demande en provenance des pays du Maghreb est en augmentation importante, passant de 1.262 million d'arrivées à 2.999 millions, soit une croissance moyenne annuelle de 9% entre 1999 et 2009.

Cette expansion est en particulier liée à l'augmentation forte des demandes libyenne (13%) et algérienne (5%) sur la période 1999-2009. La demande marocaine a quant à elle diminué (-2%), comme le montre le tableau qui suit. Le marché libyen, soit 4 000 entrées en 1986, 12 236 en 1987, a depuis explosé. La mutation profonde de ces deux segments est en particulier liée à l'amélioration des relations politiques avec la Libye et l'Algérie.

Tableau 43. Répartition du marché maghrébin sur le critère des entrées

	1999	2009	TCMA
Libyens	603 074	1 995 236	13%
Algériens	616 447	961 343	5%
Marocains	37 785	29 458	-2%
Mauritaniens	5 382	13 063	9%
Total	1 262 688	2 999 100	9%

Source: Stat. O.N.T.T (2010).

Les nuitées maghrébines ont connu une hausse importante (+6%) en dépassant pour la première fois un million de nuitées, grâce notamment à une croissance importante du marché algérien et libyen (+6%).

Tableau 44. Nuitées et entrées réalisées par le marché maghrébin

	1999	2009	TCMA
Entrées des non résidents	1 262 688	2 999 100	9%
Nuitées réalisées	703 000	1 240 234	6%

Source: Stat. ONTT (2010).

Le marché maghrébin est très diversifié et les motivations des clientèles le composant sont différentes:

- Les algériens viennent en Tunisie essentiellement pour faire du « shopping », ou encore pour assister de temps en temps à des manifestations sportives. De plus,

depuis la montée de l'intégrisme en Algérie, les algériens viennent en vacances en Tunisie pour goûter aux « joies de la liberté » (Serror, 1995, p. 37).

- Les libyens pour leur part cherchent en Tunisie surtout le défoulement et la distraction. Ils fréquentent énormément les boîtes de nuits et les restaurants. Cependant, malgré les importantes sommes d'argent qu'ils dépensent lors de leur passage en Tunisie, la durée de leurs séjours est très courte et ne dépasse pas en général trois jours.
- Le tourisme marocain n'est pas très important en Tunisie, mais c'est un tourisme qui est généralement de qualité. Il s'agit souvent d'un tourisme d'affaires.

D'une manière générale, le tourisme maghrébin amène au secteur touristique tunisien un flux non négligeable de liquidités. Au contraire des touristes européens, la clientèle maghrébine ne vient pas en Tunisie par l'intermédiaire de tour-opérateurs, mais plutôt par ses propres moyens.

c. Les marchés moyen-orientaux

En 2009, les principaux clients sont les égyptiens (11 151), les saoudiens (6 633), les libanais (5 097), les émiratis (1 980), les koweïtiens (1 689) et les qataris (1 051).

On constate que la Tunisie n'arrive pas à devenir une destination courante pour les classes aisées des pays du golfe, qui sont à la recherche d'un « second Beyrouth ».

Tableau 45. Entrées et nuitées réalisés par le marché du Moyen-Orient

	1999	2009	TCMA
Entrées des non résidents	32 338	40 284	2%
Nuitées réalisées	117 400	140 967	2%

Source : Stat. ONTT (2010), Elaboration personnelle.

d. Les marchés lointains

Les marchés lointains se composent des marchés suivants :

- Le marché nord américain

Ce marché se compose de deux pays : les Etats-Unis et le Canada. Il a enregistré une croissance moyenne de 3% des arrivées due essentiellement au marché américain (recul de - 10.3% des flux canadiens).

Tableau 46. Entrées et nuitées réalisés par le marché nord américain

	1999	2009	TCMA
Entrées des non résidents	27 050	36 275	3%
Nuitées réalisées	225 515	255 228	2%

Source : Stat. O.N.T.T (2010), calcul personnel.

Il en va de même pour les nuitées qui progressent globalement de 2%.

- Les marchés "japonais, australien, chinois et brésilien"

Ce marché s'explique par la stratégie de la Tunisie qui cherche à diversifier sa clientèle touristique. Cette politique de marketing appropriée lui ouvre ainsi de nouvelles régions telles que le Japon, l'Australie, la Chine ou le Brésil. Mais ce marché reste faible ; à titre d'exemple le nombre de japonais ayant visité la Tunisie en 2009 ne dépasse pas 11 073 ; les chinois sont 3 509, les australiens, 2 434 et les brésiliens, 3 094 visiteurs (cf. tableau 47).

Tableau 47. Entrées réalisés par le marché japonais, australien, chinois et brésilien

	2004	2009	TCMA
japonais	20 899	11 073	-12%
australien	456	2434	40%
chinois	350	3 509	59%
brésilien	1028	3 094	25%

Source : Stat. ONTT (2010).

Pour conclure, on constate que le tourisme tunisien présente une géographie des espaces émetteurs très peu diversifiée. La prédominance européenne, notamment sa concentration sur quatre nationalités (Allemands, Français, Italiens et Anglais), est en grande

partie liée aux dimensions balnéaires du produit touristique, à l'image de la Tunisie véhiculée dans ces différents pays, à la norme de la commercialisation de ce produit dominée par les grands tour-opérateurs européens ainsi qu'au pouvoir d'achat des touristes cibles.

Aujourd'hui, on parle du marasme du secteur touristique tunisien (Banque Mondiale 2002 et Fitch 2004). Il est donc naturel de s'interroger sur les raisons qui ont amené à cette crise.

Section 2 : Les causes du marasme de l'industrie touristique en Tunisie

L'Etat tunisien, on le sait, a choisi la filière touristique comme axe privilégié de son développement économique. Ce choix s'est traduit par une politique de «laisser faire»¹⁵¹ favorisant la mainmise des capitaux étrangers tant dans le transport, l'organisation du voyage que dans l'hôtellerie. Cette politique du « laisser faire » atteint aujourd'hui ses limites. Le modèle touristique connaît des difficultés significatives que les derniers événements risquent encore d'aggraver.

Cette section, analyse les causes du marasme actuel. Nous commençons par évoquer celles liées à la saisonnalité et aux dimensions spatiales et environnementales de l'activité touristique, puis celles liées au fonctionnement du modèle «all inclusive». Enfin, nous terminons par l'étude du vieillissement du produit tunisien et l'enjeu de la concurrence dans l'espace touristique méditerranéen.

2.1- Saisonnalité : concentration des lieux touristiques et impacts

Malgré ses 1300 kms de côtes, son climat agréable toute l'année, son histoire¹⁵², son intérêt archéologique¹⁵³, ses grandes zones touristiques équipées pour recevoir les touristes, la Tunisie doit d'abord surmonter les contraintes liées au phénomène de saisonnalité et à la concentration littorale de l'activité touristique.

¹⁵¹ La souplesse de la législation pour investir dans le secteur touristique.

¹⁵² Des berbères, des phéniciens, des romains, des arabes, des turcs, des espagnoles, des français....

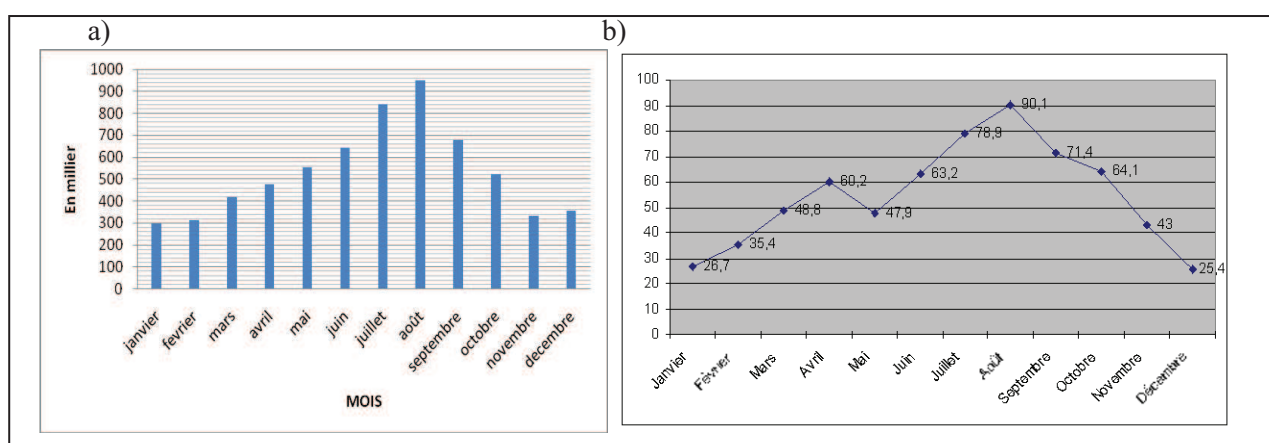
¹⁵³ Huit sites font partie de la liste du patrimoine mondial : Carthage, la médina de Tunis, l'amphithéâtre d'El Jem, Kerkouane, la médina de Sousse et celle de Kairouan, Dougga, ainsi que le parc naturel d'Ichkeul.

2.1.1- Impacts directs sur les recettes du secteur touristique de la concentration dans le temps et l'espace

a. La saisonnalité : concentration dans le temps

La saisonnalité correspond à la concentration des arrivés dans le temps. En Tunisie, la pointe annuelle du 14 juillet au 15 août représente **30%** des arrivées étrangères en séjour d'été à la mer. Par exemple, en 2005 le taux d'occupation moyen était de 78.9% pour le mois de juillet et de 90.1% pour le mois d'août ; tandis que le nombre de nuitées atteignait les 5 337 049 et 5 789 483 pour ces deux mois, soit 30% des nuitées annuelles. Aussi, la capacité d'accueil est largement sous-utilisée le reste de l'année (cf. figure 16).

Figure 16. Entrées mensuelles des non résidents (a) et évolution du taux d'occupation par mois en 2005 (b)



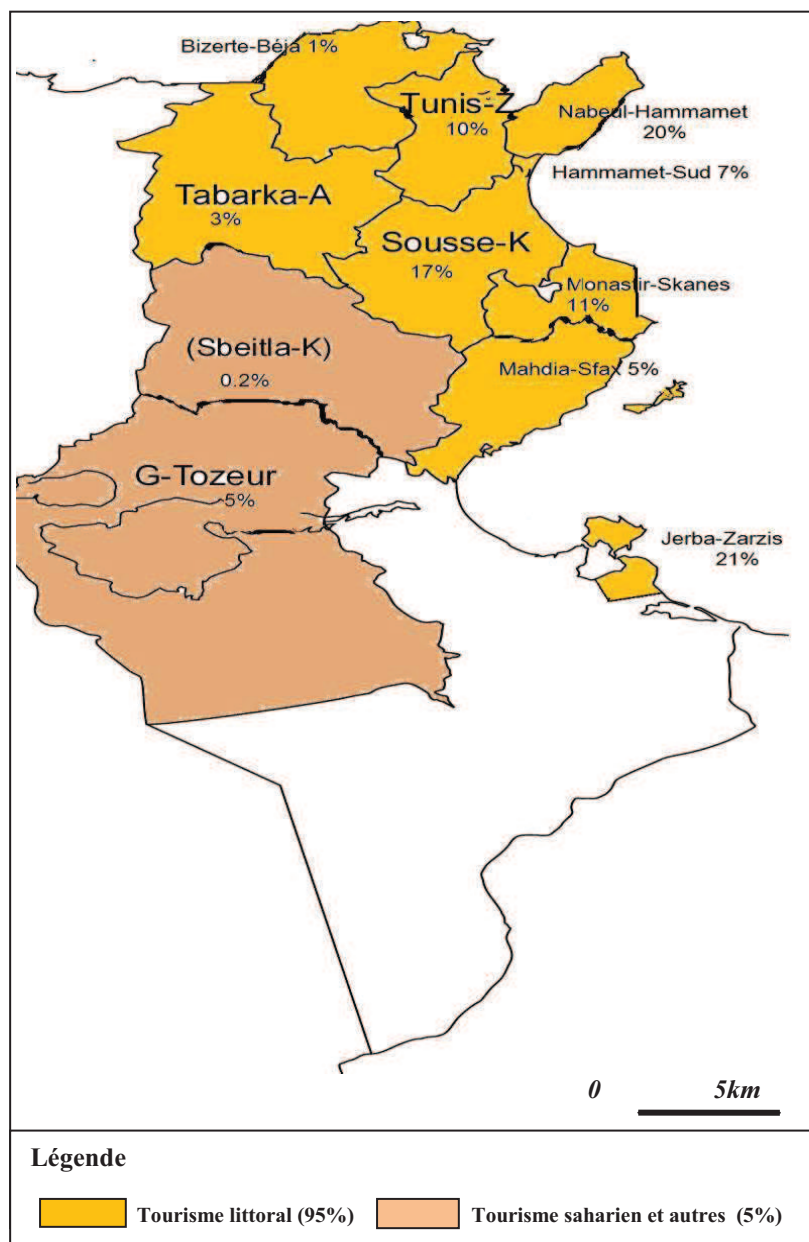
Source : Stat. Ministère de l'Intérieur et du développement Local (2006), Elaboration personnelle.

b. La littoralisation : concentration dans l'espace

En Tunisie, l'aménagement de l'espace touristique se caractérise à la fois par une concentration dans les régions côtières et par une localisation linéaire stricte pour chaque zone touristique. En effet, la plupart des centres touristiques majeurs (à l'exception de Tozeur) sont situés le long de la côte. Ce tourisme balnéaire correspond à 95% de l'activité touristique (cf. Figure 17). Cette concentration touristique de l'espace national résulte de l'histoire. Les efforts de développement déployés par le passé visaient en effet presque entièrement à augmenter la capacité d'accueil, tout en accordant peu d'attention à leur interaction et intégration (à l'exception des très grands centres balnéaires de Sousse, Monastir et Mahdia).

En outre, le développement de chacun de ces centres visait à s'organiser surtout autour des plages. Ce sont par conséquent les vacances balnéaires qui constituent encore aujourd'hui la principale motivation des touristes tandis que la pratique de circuit est bien moins développée.

Figure 17. Les principales zones touristiques en Tunisie selon la répartition de la capacité en lits.



Source : Stat. ONTT (2006), Elaboration personnelle.

La concentration de la clientèle dans l'espace et dans le temps, et la sous ou sur-utilisation des équipements que cela suppose, génère des contraintes majeures pour la rentabilité des activités touristiques.

c. La faiblesse des recettes touristiques

La Tunisie constitue une destination importante en termes d'arrivées internationales (6 millions de touristes en 2004), mais se classe dans les derniers rangs pour les recettes touristiques globales (1.9 milliards \$). Elle affiche une des plus mauvaises performances pour la dépense moyenne par arrivée internationale (318 \$). Si on compare sa situation à celle du Japon et de la Belgique qui figurent au même rang que pour les arrivées, mais on observe dans ces deux pays des recettes bien plus importantes (11.2 Milliards \$ et 9.2). Ce résultat explique leurs ratios de dépenses moyennes, qui sont évidemment très élevés (tab.48).

Tableau 48. Recettes, arrivées touristiques et classement des dépenses moyennes (2004)

Pays	Recettes (milliards \$US)	Arrivées (millions)	Dépenses moyennes Recettes/Arrivées (\$US)
PAYS AYANT DES DÉPENSES MOYENNES SUPÉRIEURES À 1000 \$US			
Nouvelle-Zélande	4,9	2,3	2 108
Suède	6,2	3,0	2 053
Japon	11,2	6,1	1 825
Etats-Unis	74,5	46,1	1 616
Seychelles	0,2	0,1	1 421
Inde	4,8	3,4	1 415
Allemagne	27,7	20,1	1 373
Taiwan	4,0	2,9	1 369
Belgique	9,2	6,7	1 369
Bahamas	1,9	1,6	1 207
Maurice	0,8	0,7	1 186
Pays-Bas	10,3	9,6	1 063
Rép. Unie Tanzanie	0,6	0,6	1 051
Réunion	0,5	0,4	1 042
Jamaïque	1,4	1,4	1 015
Liban	1,3	1,3	1 001
PAYS AYANT DES DÉPENSES MOYENNES INFÉRIEURES À 500 \$US			
Kenya	0,5	1,1	437
Hong Kong	9,0	21,8	413
Pologne	5,8	14,3	408
Hongrie	4,1	12,2	332
Tunisie	1,9	6,0	318
Jordanie	0,8	2,8	289
Uruguay	0,5	1,8	259
Zimbabwe	0,2	1,8	104
Ukraine	1,1	15,6	73

Source: Organisation mondiale du tourisme

La Tunisie ne réussit donc pas à générer des retombées économiques substantielles avec une dépense moyenne de 318 \$US par arrivée internationale. Cela suggère la faible pénétration du tourisme tunisien vers les marchés plus productifs. En effet, le touriste ne dépense pas beaucoup dans le pays, vu que 81% des touristes arrivent en voyages organisés avec le forfait tout compris, c'est-à-dire avec un prix qui comprend le billet d'avion et le logement en pension complète¹⁵⁴.

¹⁵⁴ Selon l'enquête de satisfaction réalisée par l'ONTT, 1999, p. 11.

De plus, il faut souligner que les touristes sont de plus en plus exigeants en matière de tarifs, de prestations fournies, de qualité des hôtels tandis que, dans le même temps, ils sont de moins en moins disposés à dépenser un montant important de devises au sein du pays.

Ce problème de la qualité des touristes semble partagé par l'ensemble de la profession. Il s'agit là du problème principal rencontré actuellement par l'industrie touristique tunisienne. La baisse des dépenses moyennes en devises effectuées par visiteur, qui passent de 434.5 DT en 2001 à (405 DT) 2005, reflète bien ce problème (cf. Tableau 49).

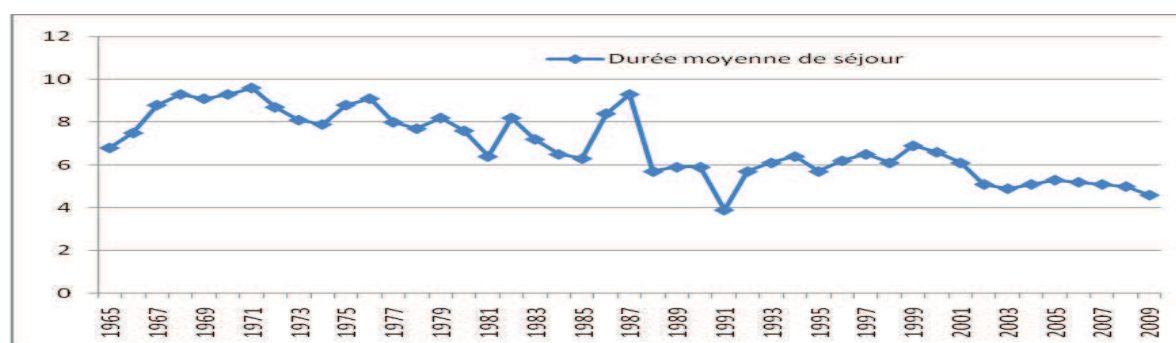
Tableau 49. Recettes en dinars

Ventilation	2001	2002	2003	2004	2005
Recettes totales	2 340 600	2 021 000	1 902 900	2 290 000	2 587 000
Recettes à la nuitée	70.9	78.0	75.2	74.7	77.0
Recettes par visiteur	434.5	399.1	372.1	381.8	405.5
Basse saison	476.8	431.9	420	429.1	445.5
Haute saison	419.3	385.7	353.5	363.5	390.9

Source : Stat. O.N.T.T (2010).

Le phénomène de saisonnalité, et les conséquences sur les recettes touristiques, est amplifié par la baisse de la durée moyenne de séjour¹⁵⁵ par touriste. La figure 18, nous montre que la durée moyenne de séjour est passée de 5.2 jours de 1963 à 4.6 jours en 2009. Cette baisse s'explique pour plusieurs raisons, essentiellement l'émergence des vacances multiples et plus courtes, la compétition de plus en plus dure entre les destinations touristiques dans le bassin méditerranéen, la diversification accrue des motifs de séjour tels que les participations aux congrès et séminaires qui correspondent à des séjours plus courts et enfin l'apparition de la nouvelle tendance au voyage de Week-end dans la plupart des pays européens.

Figure 18. Durée moyenne de séjour



Source : Stat. ONTT (2010).

¹⁵⁵ Selon les définitions de l'ONTT : durée moyenne de séjour = nuitées des non résidents/entrées aux frontières
Durée hôtelière de séjour = nuitées des non résidents/arrivées des non résidents dans les hôtels.

La saisonnalité de l'activité touristique a également un impact sur la qualité des services hôteliers : le travail saisonnier, qui ne dure que six mois dans l'année (à titre d'exemple l'hôtel Club Med «la Douce» à Djerba ne fonctionne que du 15 juin au 15 septembre). Les conséquences en sont doubles : un hôtel n'est jamais sûr de retrouver le même personnel ; il est évident que la qualité de service d'une année à l'autre pour le même établissement s'en ressent car le personnel saisonnier perd une partie de sa qualification entre deux saisons, faute de pratique.

Le personnel insuffisant existant est payé au-dessus des normes prévues par la loi et au gré de l'hôtelier, suivant le principe de l'offre et de la demande.

Cette concentration des touristes dans le temps et dans l'espace exerce également un impact sur la filière touristique plus diffus à travers la dégradation de l'environnement.

2.1.2- La sensibilité du tourisme balnéaire à l'environnement

De par son importance et ses caractéristiques (forte concentration de visiteurs sur des périodes restreintes et des espaces limités), le tourisme de masse a inévitablement un gros impact sur l'environnement.

En Tunisie, l'analyse de la performance environnementale, qui a été conduite par la Banque Mondiale en 2003, a notamment souligné que les zones touristiques ne font pas l'objet de réglementation visant la protection du milieu. Or, l'existence d'une corrélation entre la défaillance des marchés touristiques et l'état de l'environnement (puisque la qualité de l'environnement est un bon signal pour le choix d'une destination (Prigent, 2004)), crée des interrogations sur l'avenir de ce secteur.

Démontrer la sensibilité du tourisme de masse à l'environnement suppose analyser d'abord l'impact du tourisme sur l'espace naturel par le biais d'exemples issus de la réalisation tunisienne et ensuite en mesurer l'effet direct sur le prix et le revenu.

a. L'impact du tourisme sur l'espace naturel

Malgré sa pérennité, le tourisme de masse est menacé par la forte pression qui s'exerce sur l'environnement. Selon Deprest (1997, p. 23) le tourisme de masse : "*ce sont des plages surpeuplées, des littoraux bétonnés, des embouteillages d'automobiles et des files d'attente, des charters, des autocars et des multitudes [...]. Le tourisme de masse, c'est ça! Un phénomène qui n'inspire que du mépris! Il est vrai qu'en masse, le touriste consomme*". Le

tourisme de masse est ainsi accusé d'être un puissant facteur de destruction (Gourija 2007, p. 41). Partout où il s'installe massivement, le tourisme ne fait qu'anéantir ce qui l'y avait attiré. Cazes (1989) qualifie le tourisme de masse comme une nouvelle colonie de vacances.

Pour la Tunisie, le tourisme est essentiellement balnéaire, donc reposant sur le littoral. Ce tourisme littoral se nourrit très directement de fréquentation des plages, de baignades, de sports nautiques, de pêche, de thalassothérapie ...activités qui requièrent pour certaines une bonne qualité du milieu naturel. Le paysage maritime et côtier est également l'un des éléments de l'attrait du littoral sur les touristes. Rappelons que, plus de 95% de la capacité d'hébergement et des activités touristiques est localisé sur le littoral. Cette concentration des activités touristiques sur des zones relativement petites et sur une brève saison de vacances génère à l'évidence tant une détérioration socioculturelle qu'environnementale. Mais la diminution de la qualité de l'environnement, si elle a lieu, ne concerne pas seulement les touristes ou les populations locales, elle touche aussi l'industrie du tourisme : *«Le tourisme est une industrie sensible à l'environnement dont la croissance dépend de la qualité de ce même environnement»* (PNUE 1995, p. 7).

Briquet (2004, p. 206) a bien montré par un modèle théorique l'impact du tourisme sur l'environnement. Les variables développées dans ce modèle explicitent les relations entre fréquentation touristique (N), qualité de l'environnement (Q), satisfaction des visiteurs, dépenses touristiques et développement économique.

La fréquentation touristique et la qualité de l'environnement sont liées par la double relation suivante : l'activité touristique s'accompagne d'une pression importante sur l'environnement¹⁶⁰ et la qualité de l'environnement est un facteur déterminant de la fréquentation touristique¹⁶¹.

La qualité de l'environnement (Q) constitue alors la ressource de base dont dépendent la prospérité et le développement du tourisme, si bien que toute dégradation de l'environnement compromet la viabilité de l'industrie touristique. À l'inverse, un environnement préservé contribuera au développement du tourisme (impact de l'environnement sur le tourisme)¹⁶².

La figure 19 montre que la relation entre la fréquentation touristique et l'environnement peut avoir deux situations différentes. En effet, l'augmentation de la fréquentation (déplacement

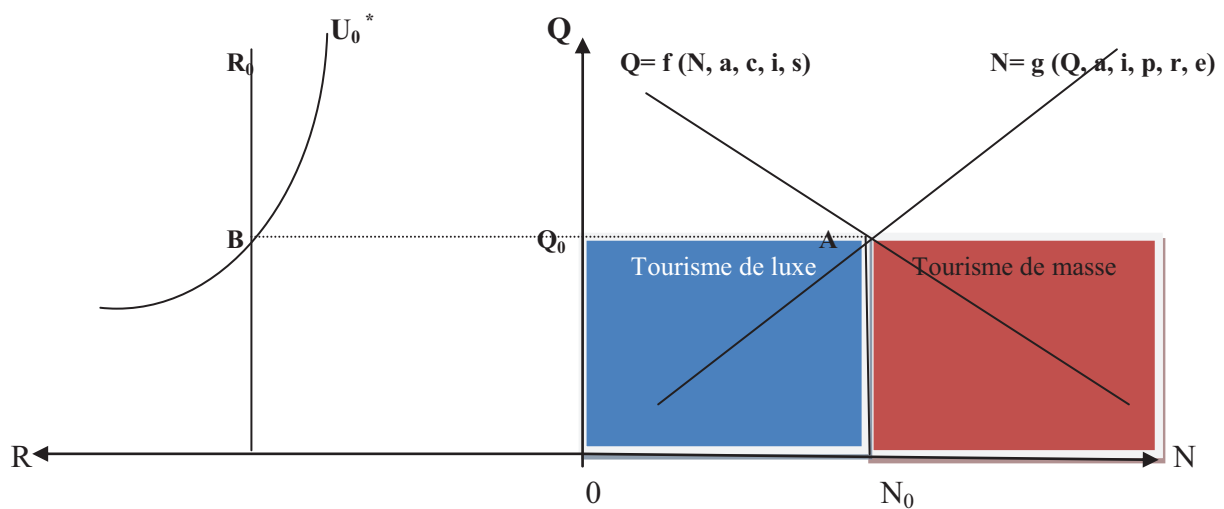
¹⁶⁰ $Q = f(N) = a$: activités touristiques possibles (diversification de l'offre), i : infrastructures et services liés au tourisme (transport, hébergement, commerces, etc.), p = prix touristiques relatifs, r = revenu des touristes, e : variables socio-économiques.

¹⁶¹ $N = f(Q) = s$: phénomène naturels et aux autres activités humaines, i : évaluation des activités liés au tourisme ex : transport, c : comportement.

¹⁶² L'hypothèse de base de ces relations est que chacune des deux variables constitue le facteur déterminant de l'évolution de l'autre.

vers la droite de la courbe N) a pour conséquence une baisse de la qualité de l'environnement (Q) et la détérioration du bien-être des visiteurs (déplacement du point B vers une courbe d'indifférence inférieure à U_0 et déplacement de la droite R). (Ex : tourisme de masse comme en Tunisie). Par contre une baisse de la fréquentation (déplacement vers la gauche de la courbe N) entraîne une hausse de la qualité de l'environnement (Q) (déplacement vers la gauche de la droite R) et satisfaction du bien-être des visiteurs (déplacement du point B vers une courbe d'indifférence supérieure ou égale à U_0). (Ex : tourisme de luxe).

Figure 19. La relation entre fréquentation touristique et l'environnement : tourisme de masse versus tourisme de luxe



Source: Briquet (2004).

U_0^* : le niveau d'utilité de référence d'un touriste (ce dernier dispose d'un revenu R qu'il utilise exclusivement à l'achat d'un séjour).

R : le budget

R_0 : revenu d'un touriste.

L'impact du tourisme sur l'environnement en Tunisie se manifeste à plusieurs niveaux :

- Surpeuplement et congestion

La Tunisie est de plus en plus concernée par le phénomène de concentration urbaine à cause de l'accroissement temporaire de la population littorale. En effet, l'occupation linéaire côtière calculée par Souissi (2007) est de 2.28 en moyenne avec une densité touristique de 94 touristes par km^2 (cf. Tableau 50). Par conséquent, l'indicateur de la pression sociale est égal à 3. Etant donné que l'Etat souhaite accroître le nombre de touristes à 10 millions à l'horizon 2016, tous les indicateurs cités augmenteront, ce qui aggraverait la fragilité du milieu.

Tableau 50. Indicateurs de la pression touristique de pointe dans les régions littorales en Tunisie

Pression touristique	Indicateur
Densité touristiques: touristes par kilomètre carré (A)	94
Occupation linéaire côtier: touristes par mètre de cote (B)	2.28
Pression sociale: touristes / habitants (C)	0.3

Source : Stat. ONTT (2002), Souissi (2007, p. 127).

A = Nombre de touristes x 0.7/superficie des régions littorales (en km²)

B = Nombre de touristes x 0.7/linéaire côtier (en mètre)

C = Nombre de touristes x 0.7/population permanente

Note : 0.7 correspond au pourcentage de touristes séjournant dans les régions côtières durant le mois de pointe, qu'on a estimé à 70% du nombre de touristes dans le pays.

- Surexploitation des ressources naturelles et phénomènes de pollution

Le développement du tourisme et des infrastructures liés au tourisme provoque souvent une détérioration des sols : érosion des plages et des dunes, réduction de la ressource en eau douce, et atteinte à la faune et à la flore ainsi que pollution du milieu :

Erosion des plages et des dunes : l'exemple de l'île de Djerba est révélateur à cet égard. Cette zone, particulièrement victime d'une surexploitation, risque de connaître la disparition de ses plages, l'apparition d'affleurements rocheux, à voire même le développement de l'érosion et la disparition de certains paysages spécifiques, ordinaires ou remarquables.

Les ressources en eau douce, déjà limitées en Tunisie¹⁶⁴, sont surexploitées par l'industrie du tourisme : en raison des différences de comportement (on estime que la consommation d'eau par touriste est de 550 litres/jour, soit plus de 10 fois celle de la population tunisienne autochtone), les prélèvements se font de plus en plus au niveau des nappes fossiles. Cette surexploitation résulte également des besoins de certaines activités de loisirs, particulièrement exigeantes en eau (piscines, terrains de golf). Si le problème de l'eau est un problème majeur en Tunisie, notamment au sud, le tourisme peut également conduire à une surexploitation des ressources locales telles que l'énergie, les produits alimentaires et les matières premières.

La Tunisie est aussi gravement touchée par les problèmes de partage et de qualité de l'eau. Cela résulte essentiellement de l'absence de moyens de traitement des eaux usées malgré l'augmentation rapide et incontrôlée du nombre d'utilisateurs issus du tourisme de masse.

¹⁶⁴ En Tunisie, le potentiel hydrique utilisable s'élève seulement à 500 m³ /an soit la moitié du seuil de stress hydrique généralement élevé à 1000m³.

La pollution et les déchets : les sources de pollution et de déchets issues du tourisme sont nombreuses et touchent l'environnement de différentes manières : pollution des sols par les déchets solides et détruits; contamination de l'eau douce et des eaux marines par les eaux usées (la question des rejets d'eaux usées et ses répercussions sur la qualité des eaux de mer se pose dans la plupart des espaces touristiques balnéaires en Tunisie, comme c'est notamment le cas de la ville de Sousse qui abrite de nombreuses unités touristiques).

Les atteintes à la faune et à la flore : la surexploitation des ressources naturelles et les phénomènes de pollution ont inévitablement un impact important sur la faune et la flore, à travers la destruction ou la perturbation des habitats naturels notamment dans le golfe de Gabès¹⁶⁵. Ce golfe, principale zone de pêche en Tunisie et siège d'une biodiversité élevée et originale (208 espèces marines) selon Ben Othman (1971), est aujourd'hui menacé par la pollution marine.

b. Les effets de la dégradation de l'environnement sur le revenu et les prix

La baisse de qualité de l'environnement (dans les deux sens : impact du tourisme sur l'environnement ou environnement sur le tourisme) a des effets directs sur le revenu, ainsi que sur le prix de destination.

- Baisse des prix

La qualité de l'environnement offerte aux touristes est une composante essentielle pour déterminer le prix d'une destination. Les courbes du surplus du consommateur et les courbes d'indifférence dans le cas d'une variation de qualité de l'environnement montre que le tourisme de masse ne prend aucune considération de l'environnement, notamment dans les pays en voie de développement (Briquet 2004, p. 208). L'objectif principal de ces pays est d'avoir une capacité en lits importante, ce qui est le cas de la Tunisie.

Cette politique a donc semé les germes des difficultés structurelles que connaît le secteur touristique. Selon Briquet : *« Une offre plus concurrentielle est certes bénéfique pour le développement de la destination et l'amélioration de la qualité des prestations et notamment la qualité de l'environnement, mais il fallait veiller à éviter toute rupture brutale entre l'offre et la demande qui a pour résultante immédiate la chute des prix et la détérioration de la*

¹⁶⁵ Le golfe de Gabès est un golfe situé sur la côte est de la Tunisie. Il s'étend sur plus de 200 kilomètres entre la ville de Sfax et l'île de Djerba.

qualité de l'environnement. Un environnement propre permet d'augmenter le prix d'une destination ».

- baisse de revenu

Les répercussions environnementales entraînent une perte de revenus pour les commerces locaux ainsi que pour les investisseurs des grandes chaînes hôtelières. Car le tourisme, s'il crée un impact significatif sur l'environnement social et physique, voit en contrepartie dépendre son succès du bien-être continu de ce même environnement¹⁶⁶. Il doit donc défendre ses propres intérêts en conservant et renforçant la base des ressources que constituent pour lui les environnements sociaux et physiques. Désormais, cette conservation et ce renforcement de la biodiversité sont tenus comme l'une des clefs du succès du tourisme.

2.2- Le fonctionnement et la commercialisation du produit balnéaire

Pour s'insérer dans un marché très concurrentiel, les hôteliers et l'Etat ont donné «carte blanche» aux grandes organisations de voyages et de vacances européennes, et à leurs compagnies charters. Cette politique a généré non seulement une mauvaise image du produit tunisien, mais également des problèmes structurels en imposant une compétitivité basée sur des «prix moins chers». Comme le note El Kadi (1996) les autorités pensait que : *« Suite au désengagement de l'Etat et au passage à un système de véracité des prix, le produit tunisien, particulièrement dans le cadre de l'ouverture des frontières internationales, serait facilement concurrentiel ».*

Pour comprendre ce deuxième facteur explicatif du marasme du tourisme tunisien, il est intéressant de mettre l'accent sur le fonctionnement du modèle «all inclusive», base de la compétitivité-prix du produit tunisien.

2.2.1- Le fonctionnement du modèle «all inclusive»

Le secteur touristique est globalement un secteur dynamique, en continuelle progression. Pour suivre ce rythme, la plupart des hôteliers en Tunisie ont choisi le modèle

¹⁶⁶ En dégradant les valeurs naturelles et paysagères dont elle dépend, l'industrie du tourisme creuse en définitive sa propre tombe, explique Peter Deberine, responsable de la question du tourisme au programme WWW pour la méditerranée.

«all inclusive»¹⁶⁸, basé sur la philosophie de Dr Cem Kinay (2008): "*Une expérience "all inclusive" unique pour nos invités avec le meilleur rapport qualité -prix*". Selon les hôteliers tunisiens enquêtés en 2005, cette stratégie est la meilleure pour travailler et garder les personnels tout au long de l'année. Cependant, elle comporte des faiblesses, surtout en ce qui concerne la rentabilité du secteur à cause des «bas prix» qui influent sur la qualité et donc l'image des produits offerts.

Pour comprendre le système de fonctionnement touristique en Tunisie, nous avons fait intervenir la théorie de la concurrence qui fait référence à la notion de «compétitivité»¹⁶⁹. La discussion se fait alors à propos de l'information sur le prix. Au départ lorsque l'ONTT fixait le prix, on pouvait effectivement parler de concurrence pure et parfaite. À partir des années 1990, depuis la guerre du Golfe, les prix sont fixés par les tour-opérateurs qui fixent les prix. On glisse ainsi à un modèle de concurrence imparfaite, plus précisément à un modèle d'oligopole (concurrence de Bertrand), qui fonctionne essentiellement sur une concurrence par le prix, ce qui est la réalité des hôteliers tunisiens.

Le tableau ci-dessous résume cette succession de modèles s'appliquant à l'histoire de tourisme en Tunisie.

Tableau 51. Comparaison entre les modèles de concurrence parfaite et de l'oligopole

Le modèle de la concurrence parfaite	Le modèle de l'oligopole
<p>Prix de marché donné</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si l'entreprise ne se développe pas : \Rightarrow L'entreprise ne fait que couvrir ses coûts et ne génère aucun bénéfice (le temps de l'entrepreneur et la prime de risque sont comptabilisés comme coûts). - Si l'entreprise réussit à différencier son produit (possède par exemple une avance technologique) : \Rightarrow Les prix peuvent dépasser les coûts moyens (bénéfice marginal « positif ») 	<p>Prix de marché n'est pas donné</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concurrence par les prix "concurrence de Bertrand" : \Rightarrow La fin de tout bénéfice à partir de deux participants au marché. - Concurrence par la quantité "concurrence de Cournot" : \Rightarrow Les entreprises déterminent le nombre d'unités écoulées selon les considérations stratégiques et laissent le marché décider le prix, les marges sont de nouveau positives¹⁷⁰.

Source : Elaboration personnelle.

¹⁶⁸ Sujette à un contexte de forte négociation tarifaire dans le cadre de formule « tout compris ».

¹⁶⁹ Le terme de compétitivité est issu de la littérature des entreprises. Il désigne une firme qui peut, sans aide, survivre et produire aux coûts donnés, selon la fiscalité et les conditions locales. Il existe pourtant de nettes différences entre entreprises. Certaines ne peuvent survivre qu'avec des bénéfices élevés, d'autres ont des prétentions plus modestes. Elles peuvent également produire au prix du marché ou offrir une technologie, une gamme des produits ou une qualité que personne d'autre ne possède.

¹⁷⁰ On parle de bénéfice (moyen) positif lorsque le prix est plus élevé que les coûts moyens, et de bénéfice marginal positif lorsque le prix est plus élevé que les coûts marginaux (il s'agit aussi de marge positive).

L'Office National du Tourisme Tunisien (ONTT) proposait jusqu'au début des années 90 une fourchette des prix de vente pour les différentes zones touristiques en fonction de la saison : en basse saison, les prix étaient de 25% de ceux de la haute saison, en moyenne saison de 50% et en saison intermédiaire de 75%.

Malgré l'existence d'un premier système de classification des hôtels depuis les années 70 (mis en place par l'ONTT), les tour-opérateurs ont progressivement mis en place leur propre système de classification, utilisé dans les brochures de vente parce que le premier n'a pas fait l'objet d'un suivi régulier.

Pour améliorer l'image des hôtels, l'ONTT a adopté un nouveau système national de classification¹⁷¹ en 2005, qui repose sur trois volets : fixation des standards que doivent respecter les hôtels en termes d'aménagement et d'équipement (taille et équipement des chambres, équipement de l'hôtel...) ainsi qu'en termes de qualité (maintenance des équipements, qualité du service...). Ces mesures n'ont pas encore réussi à changer l'avis des tour-opérateurs. D'une manière générale, les standards tunisiens de qualité sont moins exigeants que les standards internationaux. Les prix effectivement pratiqués par chaque hôtel sont fixés, après négociation, par les tour-opérateurs.

Pour évaluer l'impact de ces prix, il est important, dans un premier temps, de définir la compétitivité des entreprises, de poser un cadre d'analyse de la structure des coûts, afin de préciser l'origine de ces bas prix. Il s'agit de comprendre comment on est parvenu à cette situation.

2.2.2- La compétitivité du produit touristique tunisien

Des études¹⁷² ont montré que le produit touristique tunisien est compétitif. Pour saisir comment la Tunisie s'est imposée comme une destination pas très chère, il est important d'analyser le jeu des acteurs dans le déterminant du prix final.

a. La stratégie des hôteliers

Les entreprises de tourisme sont essentiellement des PME, jeunes et dynamiques¹⁷³, mais faibles sur les fonds propres et fragiles économiquement. Pour faire baisser les prix, et

¹⁷¹ Cf. Arrêté des ministres du Commerce et du Tourisme, des Loisirs et de l'Artisanat du 4 février 2000, fixant les normes minimales de classement des hôtels de tourisme et les conditions d'octroi du label de qualité et de spécialisation, Ministère du tourisme, des loisirs et de l'artisanat / ONTT

¹⁷² Etude du Groupe Japonais (2001) et du Rapport de l'agence de notation Fitch (2004).

garantir une compétitivité, les hôteliers ont toujours fait pression sur les coûts variables : les économies se font d'abord sur la restauration et l'animation. Ce qui a pour retombée immédiate la dégradation de la qualité du service qu'ils offrent.

Lors des entretiens, l'analyse de la situation de la compétitivité de l'hôtellerie tunisienne révèle aussi l'existence de certains facteurs de surcoût :

- les prélèvements considérés par les professionnels comme élevés en matière de taxes de séjour, de contribution au fonds de développement.
- les coûts élevés des "Achats Nourriture", sujets aux aléas climatiques, mais aussi à des droits et taxes sur certains articles indispensables à la clientèle internationale (alcools).
- le coût élevé de l'eau et de l'énergie et le risque non négligeable à terme d'une revalorisation du coût de travail, resté à des niveaux encore faibles dans ce secteur¹⁷⁴.
- la problématique de compétitivité et de rentabilité associée aux facteurs de capital (majorité des groupes et promoteurs nationaux, les investisseurs étrangers ne représentant que 7% à 8% de l'investissement global dans le tourisme). Cela s'explique par le rôle de l'entourage du Président Ben Ali (Le Monde ; La Tribune, 2011). En effet, la plupart des promoteurs nationaux sont proches du clan Ben Ali (selon le ministre du tourisme en 2011 : sur 550 hôtels, 25 appartiennent à la famille du président). En ce qui concerne la faiblesse des investissements étrangers, selon Wikileaks, les investisseurs étrangers ont peur et craignent que la famille n'exige une part de l'affaire¹⁷⁷.

Globalement, il semble qu'à la fragilité des marges opérationnelles du secteur s'ajoutent la rigidité des facteurs de capital, le coût d'investissement progressant plus vite que les prix de vente, et le coût de l'argent restant élevé.

L'analyse de la structure des coûts d'un hôtel permet d'évaluer sa vulnérabilité face aux situations de basses conjonctures. Il est clair que plus les coûts fixes sont importants, plus

¹⁷³ Leurs fonctions sont multiples. Elles exercent leurs activités dans un ou plusieurs sous-secteurs du tourisme liés aux différentes composantes du produit touristique (hébergement, transport, animation...).

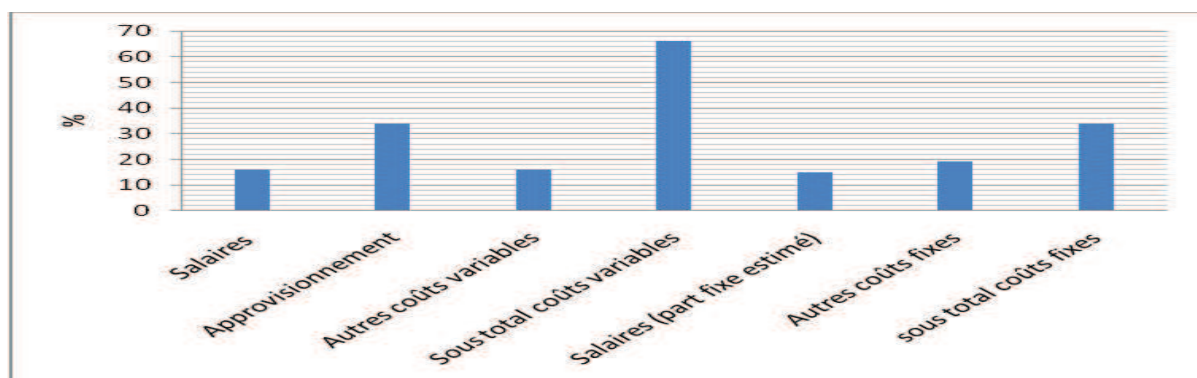
¹⁷⁴ Selon Mr Hchaichi Taieb, le Directeur de Bureau d'Etudes à l'ONTT.

¹⁷⁷ Nous pouvons citer l'exemple qu'un proche de la famille : Bel Hassan Trabelsi, le beau frère du président, avait tenté de faire pression sur une entreprise allemande s'activant dans le secteur offshore, mais après intervention de l'ambassade d'Allemagne, Trabelsi a été explicitement mis en garde.

cette vulnérabilité est forte. Sur un échantillon de taille réduite (50 sur 112 hôtels), nous pouvons constater qu'environ 70% des charges opérationnelles d'un hôtel à Djerba sont des charges variables, ce qui constitue un bon ratio :

- C'est surtout sur la rubrique « frais du personnel » que tous les hôteliers agissent pour abaisser leur niveau de charges fixes. Ainsi l'emploi du personnel saisonnier et peu qualifié est-il de règle dans la profession. Ce qui n'est pas sans générer de graves carences comme nous l'avons déjà démontré avec la qualité du service de ces établissements ;
- Il est toutefois important de souligner que cette analyse de la structure des coûts se limite à la composante « exploitation », et qu'elle n'intègre donc ni les charges financières liées au financement de l'investissement ni les charges d'amortissement. (comme le montre le graphique ci-dessous : 66% et 34%)

Figure 20. Structure des coûts opérationnels



Source : Elaboration personnelle.

b. Le rôle des banquiers

La construction de l'infrastructure hôtelière nécessite l'engagement de capitaux très importants dont la majeure partie a été apportée par les banques sous forme de crédits à long terme.

La Société Tunisienne de Banque (STB), qui est la plus importante banque tunisienne et la plus engagée sur le secteur du tourisme, affiche un taux de créances classées dans ce secteur de près de 60%. Cet endettement, élevé et "endémique", et l'important volume des créances non performantes détenues par les banques sur ce secteur représentent un risque majeur. Selon l'Agence de notation "Fitch"(2004, p. 7), la dette d'un hôtel 4 étoiles en Tunisie représente 7,9 fois son résultat d'exploitation (avant amortissement, avant rémunération du capital, avant

charges financières, banques et impôts). Cela veut dire que cet hôtel devra travailler au moins sept années et consacrer ce résultat d'exploitation au seul paiement de sa dette. Ce même ratio est de 7,1 pour un hôtel cinq étoiles. Des ratios jugés hors normes et généralement observés uniquement dans les entreprises en faillite, selon les professionnels. Parlant des indicateurs d'exploitation et financiers par catégories d'hôtels en Tunisie, l'agence de notation estime ensuite le profit net d'un hôtel cinq étoiles de 30%, d'un hôtel quatre étoiles, 9,5%.

L'Agence « Fitch » affirme à ce propos que : *« la baisse de leur rentabilité et de leurs cash flows ne permet plus aux entreprises lourdement endettées de faire face à leurs engagements financiers »*. Des chiffres très inquiétants et à la lecture desquels, on comprend cette frénésie de bradage des prix, ce mépris de plus en plus affiché, même par des hôtels 4 étoiles et plus, pour la qualité du service, l'adoption du « all inclusive » de faible prix, de la part non seulement des gérants tunisiens, mais aussi des tour-opérateurs étrangers engagés dans la gestion de certains hôtels (cf. tableau 52).

Pourtant, selon Hchaichi (2008), *"Il est vrai que nombre d'hôteliers sont depuis longtemps rentrés dans « leurs frais et ont fait leur beurre », que la plupart des hôtels ont été amortis (l'âge moyen est égal à 16 ans) et que les banques ont également peu de soucis à se faire, puisqu'elles provisionnent à fond chaque année et se disent «qu'elles finiront bien un jour par colmater toute cette brèche financière du tourisme »"*.

Tableau 52. Taux de couverture des charges financières

Ratios	Année 2005		
	Charges financières/ CA	Résultat brut d'exploitation/charges financières	Résultat net d'exploitation/charges financières
5*	25%	108%	0%
4*	20%	105%	-25%
3*	25%	56%	-40%
2*	9%	244%	22%

Source : Centre des Statistiques à l'ONTT (2008, p. 23).

c. L'intervention de l'Etat

Le secteur touristique bénéficie depuis son lancement de la protection étatique. Celle-ci est garantie par des pratiques bien déterminées dont :

- Compensation des produits alimentaires consommés par les touristes grâce à la caisse de compensation ;

- Exonération des hôtels de la taxe sur les boissons alcoolisées ;
- Baisse des tarifs douaniers sur les équipements importés par les hôtels ;
- Compensation des prix du carburant vendu aux compagnies aériennes à 50% du prix courant.

De plus, l'Etat a souvent recouru à une dévaluation du dinar par rapport aux autres devises, escomptant compenser la perte en recettes par un gain en nombre de touristes.

2.2.3- Les effets économiques du modèle "inclusive" sur le secteur touristique

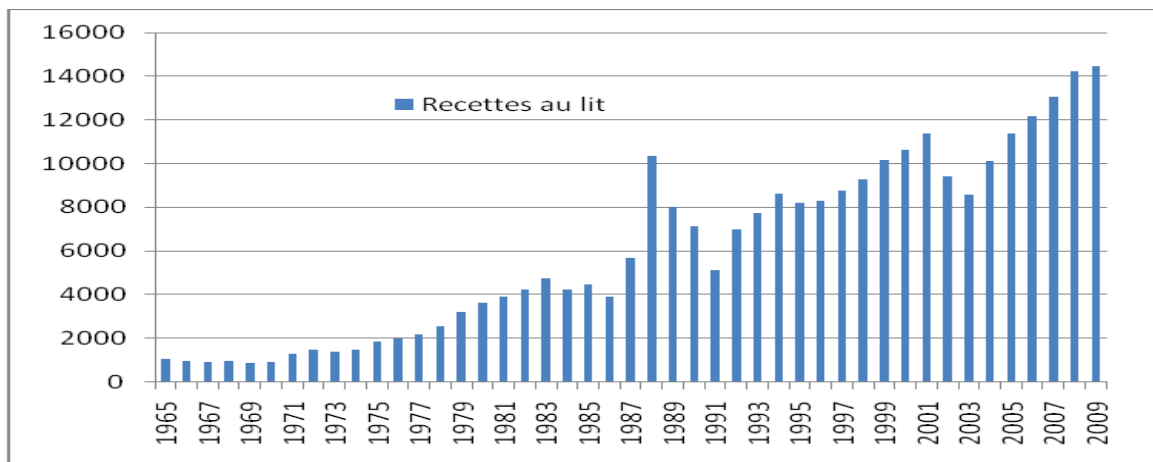
Les effets apparaissent sur le plan national par le désengagement de l'Etat, d'une part, et l'évolution du coût moyen par lit d'autre part, effets qui rendent impossible de nouvelles baisses de prix telles qu'elles étaient réalisées auparavant. Ces effets se font ressentir aussi sur le plan international, avec l'internationalisation de l'activité touristique et l'application des normes internationales au secteur des services dans le cadre du GATT. Evolutions qui menacent la stabilité de la compétitivité du produit tunisien.

a. Effets sur les recettes

Paradoxalement, cette évolution des coûts n'est pas suivie par celle des recettes. L'augmentation démesurée des coûts trouve son origine dans l'incompétence et les mauvais choix dans la gestion des établissements, dans la mesure où elle ne peut être entièrement rattachée à l'amélioration de la qualité des hôtels. Le dérapage des dépenses dont il est question peut avoir pour source l'insuffisance de la formation spécialisée dans ce secteur.

Selon les données de l'ONTT (cf. Figure 21), nous pouvons remarquer la faible augmentation (+4%) des recettes unitaires par touriste, exprimées en monnaie locale. Cette évolution masque l'impact positif de la dépréciation du dinar de presque 32% par rapport à l'euro depuis 2000. En termes réels, selon l'ONTT les recettes par touriste auraient chuté en dessous des 400 DT mettant en évidence une baisse notable au cours des dernières années. Entre 2000 et 2005, la Tunisie a perdu 5,3% de sa part du marché régional, alors que celle de la Turquie a augmenté de 9,9%. En outre, les recettes par touriste en Tunisie sont, rappelons le, les plus basses parmi les pays concurrents méditerranéens, reflétant l'image d'une destination à bas prix.

Figure 21. Recettes au lit en Dinars (de 1962 à 2009)



Source: Stat. ONTT (2010), Elaboration personnelle.

À travers cette analyse, on peut conclure que la compétitivité-prix, réalisée par le secteur touristique, l'a été de manière artificielle.

b. Effets sur le coût moyen

L'Etat mettra fin, de façon progressive, à cette aide accordée au tourisme et qui grevait son budget. En effet une politique de véracité des prix sera instaurée et aura pour effet d'élever les prix du produit touristique, rendant le secteur incapable de soutenir la concurrence.

L'évolution spectaculaire du coût moyen par lit rendra impossible une baisse artificielle des prix de la part des hôteliers ; ils seront concurrencés par des produits proposés à des prix inférieurs, mais aussi de meilleure qualité.

Les effets sur les coûts moyens ou sur les recettes montrent la précarité de cette politique basée sur la compétitivité des prix. La critique rejoint le point de vue du Paul Krugman quand celui-ci déclarait en 1994 que ce concept de compétitivité était dangereux¹⁷⁸.

Donc, la Tunisie a un produit qui ne peut résister à la concurrence, tant sur le plan des prix, que sur celui de la qualité. Nous avons déjà souligné que le manque de compétitivité peut être dû, d'une part, à des coûts élevés et, d'autre part, à une faible productivité¹⁷⁹. Il était cependant légitime d'exagérer l'importance des facteurs prix et coût dans les discussions politiques et populaires.

¹⁷⁸ Plus précis que « dangerous », « obsessive » et « évasive » et « meaningless », voir Aiginger (2006a)

¹⁷⁹ Voir Suntum (1986), Olowski (1982) et Uri (1971).

2.3- Le vieillissement du produit tunisien et l'enjeu de la concurrence

La transformation du tourisme tunisien en «tourisme industriel» nécessite d'analyser l'offre touristique selon le cycle de vie et la concurrence sur le marché. Pour comprendre l'évolution du produit sur le marché, nous procèderons en trois temps. Après une analyse du produit touristique au regard du modèle fordiste, nous portons notre attention sur le cycle de vie de ce produit. Enfin s'imposera une étude des enjeux de la concurrence sur le bassin méditerranéen.

2.3.1- La faillite du modèle fordiste

Il est aisé de repérer les grandes caractéristiques du tourisme fordiste¹⁸⁰ dans la trajectoire du tourisme tunisien :

- la prise en charge de la part des intermédiaires touristiques d'une partie significative de la conception et de l'organisation du déplacement touristique (les tour-opérateurs, les voyagistes) ;
- la simplicité des prestations offertes (le touriste se contente principalement des éléments de base : nature, climat, cadre de vie, commerces, activités de groupes) ;
- le prix, contrairement à la qualité qui répond davantage à un standard moyen capable de satisfaire le touriste, constitue la variable incitative et se trouve au centre du modèle.

Par ailleurs, à travers la compétitivité imposée aux hôteliers tunisiens, nous avons observé que l'approche fordiste est bien de type industriel pour rechercher :

- l'obtention d'économies d'échelles ainsi que l'accent mis sur la productivité, permettant de minimiser le coût unitaire ;
- le faible niveau des coûts relatifs compte tenu de la faiblesse de la monnaie du pays ;

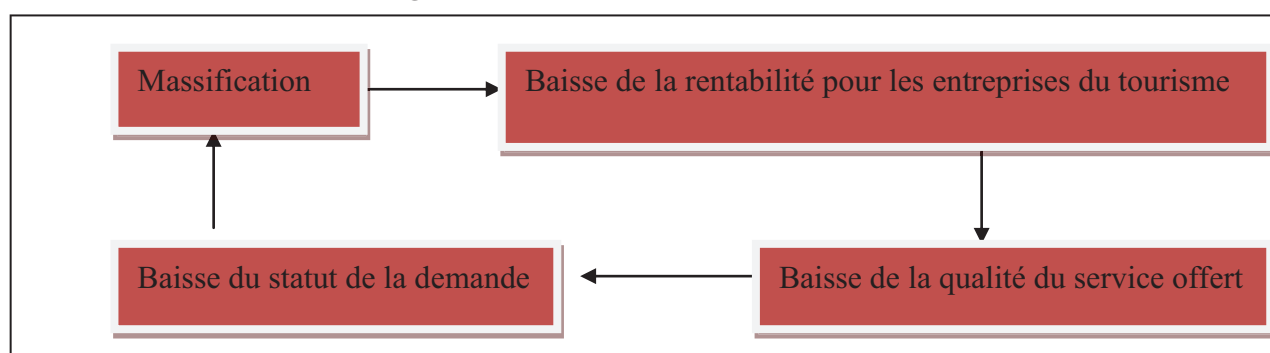
¹⁸⁰ Ce modèle, qualifié de "fordisme" selon Ortega Y GASSET, vise deux optimums : d'une part, une production de masse générée par le progrès technologique et la division du travail qui permettent de réduire les coûts de production et donc d'augmenter les gains de productivité et, d'autre part, une consommation de masse générée quant à elle par la redistribution, sous forme d'augmentations du salaire réel, suite aux gains de productivité. C'est un mode de production quantitatif et standardisé.

- la possibilité de tirer des bénéfices élevés par la rationalisation de la production des prestations;
- l'origine d'un rapport d'échange poussé par l'offre où les clients sont anonymes.

Il existe bien une relation entre modèle du tourisme fordiste et tourisme de masse. Comme le montre Cuvelier (2000, p. 32): « *Le modèle du tourisme fordiste a permis l'apparition du tourisme de masse. En effet, c'est durant les années 1950-1975, pendant la grande période fordiste des mutations économiques et sociales, que la mobilité à des fins touristiques est devenue un fait de la société et que les vacances ont intégré la structure de dépenses de ménages* ». Ce modèle fordiste ou tourisme de masse connaît depuis les années 90 des difficultés. Les expériences du tourisme portugais¹⁸¹ et marocain dans leur forme balnéaire (Leymarie et Tripier, 1992) ou encore celle du tourisme grec, et plus particulièrement de la région du Dodécanèse¹⁸², nous semblent constituer de bons exemples pour expliquer l'épuisement du modèle de développement théorique.

La figure présentée par Cuvelier (1994) illustre notre réflexion :

Figure 22. La faillite du modèle fordiste



Source : Pascal Cuvelier, 1994 (Patrimoine, modèles de tourisme et développement local, p. 58).

Malgré l'épuisement du modèle fordiste, la Tunisie propose toujours un modèle de loisirs qui répond aux désirs des populations de la période fordiste (Miossec, 1996 et JICA, 2001) en offrant principalement la nature avec ses composantes (soleil, plage).

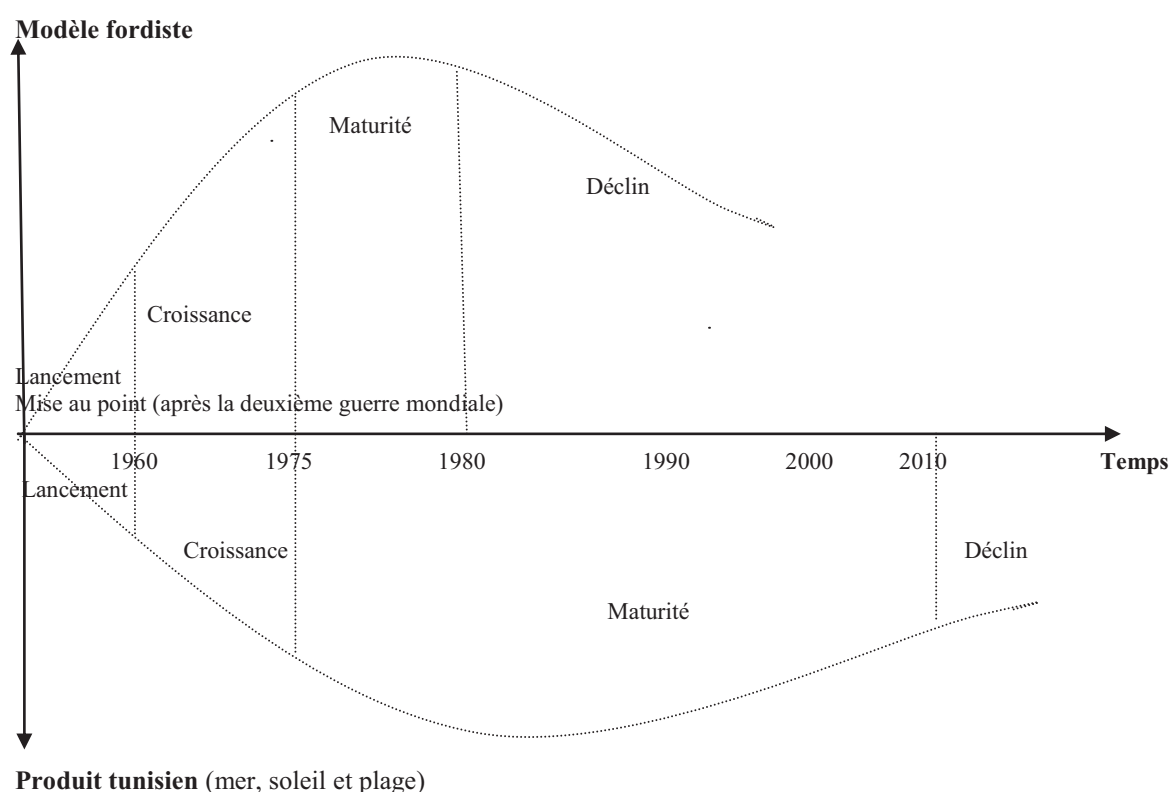
La figure 23 montre que la demande du produit touristique balnéaire a été croissante durant les années 75-80. Une offre massive qui a cru à un rythme fort important lui a répondu. Mais, dans la phase de maturité, le rythme de la croissance ralentit. Cuvelier (2000, p. 32) cite

¹⁸¹ Concernant la crise qui touche le Portugal, on pourra se reporter à l'article de Brigitte Camus Lazaro (Le Monde du 22 janvier 1994).

¹⁸² Jean Scol (1994) a analysé dans sa thèse de géographie la crise et les transformations qu'a subies le secteur du tourisme dans cette région.

l'exemple de l'Espagne, où l'offre touristique est aujourd'hui remise en cause depuis le retournement de la demande constatée en 1989 et 1990 (-4% des arrivées touristiques), résultat d'une perte de compétitivité des prix touristiques, c'est-à-dire du rapport qualité-prix. De même, la Tunisie au cours de cette période a cessé d'être un pays « bon marché ». Mais ce ralentissement du tourisme a été en partie évité par la dévaluation du dinar (perte de 40% de sa valeur). Cette dévaluation a retardé l'épuisement du modèle fordiste en regard aux autres pays concurrents.

Figure 23. L'évolution du modèle fordiste à travers le temps et le cycle de vie du produit tunisien



Source : Elaboration personnelle.

C'est avec décalage que les limites du modèle sont ainsi apparues. En effet, il faut attendre les années 2000-2001 pour que se révèle la gravité de la crise du secteur touristique à travers un taux d'occupation n'excédant pas plus les 40% durant la haute saison. Cette situation est la conséquence d'un modèle d'organisation touristique fondé sur des conventions de développement quantitatif : l'offre touristique se doit de ne pas perdre de vue l'évolution de la demande touristique. Selon Sahli (2004, p. 28), « *Toute brutale distorsion entre l'offre et la demande touristique est de nature à plonger le secteur dans une situation de récession* ».

2.3.2- Le vieillissement du produit tunisien et les limites des stratégies adoptées par l'ONTT

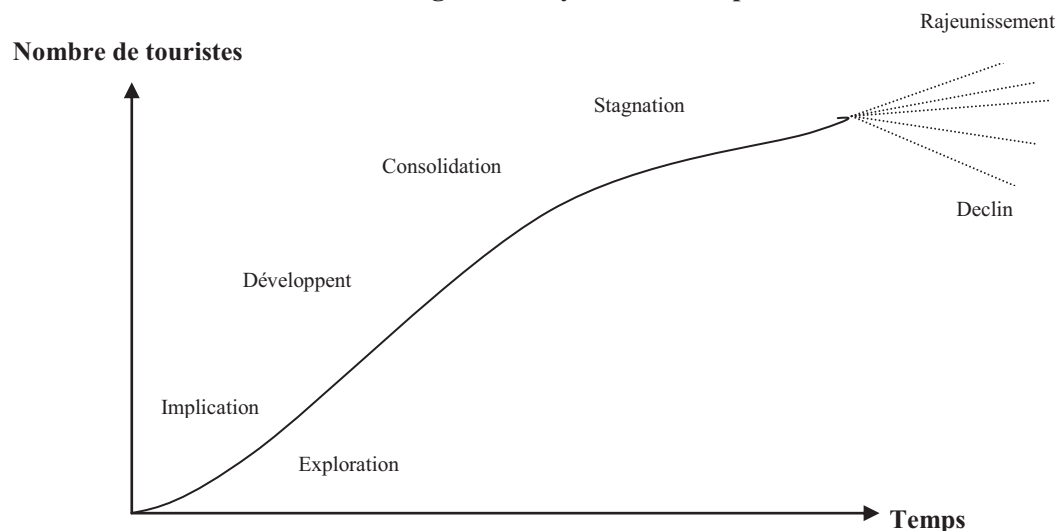
Le produit touristique tunisien est entré dans l'âge de maturité, c'est ce qui émane de l'étude stratégique du Schéma Directeur d'Aménagement du Territoire National (SDATN, 1996, p. 61). Pour Kotler et Dubois (1986, p. 327), "*La maturité est une période de ralentissement de la croissance des ventes, du fait que le produit est déjà bien accepté par le marché*". Le bénéfice atteint son niveau maximal, puis commence à décroître. Ce déclin s'explique par les dépenses marketing engagées pour soutenir le produit face à la concurrence. Le ralentissement général de la demande¹⁸⁸ diminue inévitablement les taux d'occupation hôteliers. On pourrait alors craindre la réduction de la rentabilité des équipements et s'inquiéter quant à la survie des professionnels du tourisme.

Selon la théorie générale du cycle de vie des produits (cf. figure 24), la phase de maturité dans laquelle est entré le tourisme tunisien précéderait celle de déclin. On peut néanmoins l'éviter ou le retarder au maximum en apportant des modifications ou des améliorations au produit. Butler (1980), Cazes, (1992) considèrent cette option comme la «rejuvenation» ou le rajeunissement.

On pourrait dire qu'il s'agit d'une sorte de «lifting» du produit touristique (Zaiane 2002, p. 89) qui conférerait à ce dernier une plus grande variété et un nouvel aspect. Le produit serait alors plus apte à répondre à la demande d'un marché en constante évolution, en fonction des modes et des générations.

¹⁸⁸ L'augmentation du nombre d'arrivées en Tunisie (environ 6 millions de touristes en 2005) ne signifie pas forcément l'accroissement des acheteurs potentiels. Elle peut être un phénomène plus complexe qui renvoie à deux processus, à savoir un accroissement du nombre de touristes et une substitution de touristes disposant de revenus élevés par des touristes à revenus plus modestes (la recette touristique moyenne par arrivée internationale en Tunisie est passée d'une valeur de 371\$ en 1995 à 336\$ en 2005, source : OMT et World development indicators, 2006).

Figure 24. Cycle de vie de produit



Source : R.W.Butler (1980).

La lutte contre cette stagnation pourrait s'opérer de trois façons : par la modification du marché, par la modification du produit touristique, ou en combinant les deux précédentes actions :

a. Par la modification du marché

Il s'agirait de chercher à augmenter les ventes, trouver de nouveaux marchés, ou attirer de nombreux touristes des pays déjà ciblés (vu le taux de retour assez faible). C'est ce que tente de réaliser la Tunisie avec une politique appropriée de marketing qui s'adresse à de nouvelles régions (les USA, le Japon ou encore les pays de l'Europe de l'Est). Selon Zaiane (2002, p. 90), la Tunisie s'efforce de perfectionner et de moderniser son industrie touristique. Concrètement, cela se traduit par des politiques d'investissements touristiques soutenues dans les infrastructures hôtelières et para-touristiques (routes, aéroports, gares, ports, marina, parcs naturels..), dans la formation (école hôtelière) ou encore dans la commercialisation des produits (campagnes publicitaires à l'étranger, ouvertures à l'étranger de représentations gouvernementales pour la promotion du tourisme national).

b. Par la modification du produit touristique

En améliorant la qualité ou en diversifiant les services. La Tunisie mobilise les professionnels du tourisme dans ce sens, pour une amélioration de la qualité des services hôteliers en particulier. Elle développe parallèlement de nouveaux produits, tels que les festivals, le Golf, la plaisance, la thalassothérapie ou encore les circuits culturels et naturels.

c. Par la modification du « mix »

La modification du mix, c'est-à-dire les éléments relatifs à la commercialisation du produit ou du service, de la publicité, de la promotion et de la force de vente par le biais de formation et recyclage réguliers. Il serait ici question de penser la formation et le recyclage des guides, des hôtesse, des représentants de l'ONTT, ou encore le renforcement de la participation et de la présence des syndicats d'initiative et des ONG.

À travers ces trois politiques adoptées par l'ONTT, on remarque que l'offre continue d'assurer le même support qu'à l'époque du tourisme fordiste. Il y aurait ainsi un décrochage entre l'offre et la demande, ce qui peut expliquer la relative désertion de certaines plages comme lieu de vacances¹⁸⁹.

2.4- Les enjeux de la concurrence dans l'espace touristique méditerranéen

Il convient d'insister sur le problème de la concurrence en méditerranée, destination principale pour un grand nombre de touristes européens qui fréquentent les pays riverains de cette mer.

Afin de définir l'enjeu de cette concurrence au regard du tourisme tunisien, il convient d'exposer d'abord le positionnement de la Tunisie dans ce marché, puis d'identifier les concurrents directs avant d'analyser, enfin, les limites de la stratégie adoptée.

2.4.1- Positionnement de la Tunisie dans l'espace méditerranéen

La principale caractéristique de l'activité touristique dans le bassin méditerranéen est l'énorme disparité entre le Nord et le Sud. En effet, la fréquentation touristique est inégalement répartie : 90% des touristes voyagent dans les pays du Nord de la méditerranée, 10% voyagent dans le Sud en 2005¹⁹⁰ (OMT, 2009). Dans ce marché, la Tunisie est classée huitième au niveau des arrivées avec 2.7% (cf. tableau 53).

¹⁸⁹ Nous pouvons prendre l'exemple de 1994 pour la Tunisie, en pleine saison la capacité d'hébergement a atteint juste 40% de capacité totale.

¹⁹⁰ Nous avons calculé ces taux à partir des arrivées dans les dix premières destinations en méditerranée.

Le tourisme constitue l'un des points forts de l'économie méditerranéenne. En terme de valeurs relatives, c'est dans les pays en voie de développement ou dans les petits Etats que le tourisme pèse le plus dans les économies nationales : 6% du PIB en Egypte, 5,4% en Tunisie, 6.8% au Maroc et presque 20% à Chypre, alors que ce pourcentage ne dépasse pas 2% en France et en Italie, et 5% en Espagne (OMT, 2003).

Le tourisme dans le bassin méditerranéen est particulièrement balnéaire, ceci malgré les efforts de diversification et de développement des pratiques touristiques dans les zones intérieures. En effet, le poids très lourd du littoral (70%) s'impose comme caractéristique majeure (OMT, 2003).

Tableau 53. Principaux pays touristiques en Méditerranée (en 2005)

Destination	Arrivées (en million)	%	Rang
France	75 908	32.2	1
Espagne	55 914	23.7	2
Italie	36 513	15.5	3
Turquie	20 273	8.6	4
Grèce	14 765	6.25	5
Croatie	8 467	3.6	6
Egypte	8 244	3.5	7
Tunisie	6 378	2.7	8
Maroc	5 843	2.5	9
Syrie	3 368	1.45	10
Total	23 5673	100	

Source: Stat. OMT (2009), Elaboration personnelle.

Sahli (1999, p. 256) opère une division parmi ces «nations touristiques» en distinguant les pays aux « Avantages Comparatifs Naturels Touristiques » des pays aux «Avantages Comparatifs Technologiques Touristiques»¹⁹¹. La Tunisie fait partie des pays qui ont des «Avantages Comparatifs Naturels Touristiques » (au même titre que le Maroc, l'Egypte...). Elle bénéficie essentiellement de dotations factorielles touristiques et d'avantages de coût relatifs des prestations offertes.¹⁹². La particularité de ce pays est le fort degré de volatilité de son Avantage Comparatif Révélé (ACR). Cet avantage varie notamment en fonction du taux de change ainsi que de l'émergence de destinations concurrentes (cf. infra).

¹⁹¹La France et l'Italie bénéficient par exemple d'avantages technologiques (dont l'obtention exige des compétences et un savoir-faire d'un niveau supérieur) capables de compenser leurs désavantages comparatifs naturels touristiques. Ces «pays industrialisés des voyages» présentent l'avantage d'offrir un choix diversifié dans les prestations ; du forfait bon marché au tourisme de luxe.

¹⁹²Le faible niveau des coûts relatifs compte tenu de la faiblesse de la monnaie du pays récepteur et de l'utilisation de biens libres (biens qui, par définition, sont sans coût ou avec **un faible coût d'opportunité**).

Pour mieux cerner les enjeux de la concurrence dans le bassin méditerranéen, il faut tenir compte d'un certain nombre de conditions, notamment se centrer sur les concurrents de la Tunisie en matière de tourisme balnéaire. Ensuite, parmi ces concurrents, encore faut-il distinguer les concurrents directs (Maroc, Egypte, la Grèce et la Turquie) des concurrents indirects (Espagne, Malte et Chypre). Notre attention se porte exclusivement sur les concurrents directs.

2.4.2- Identification des concurrents

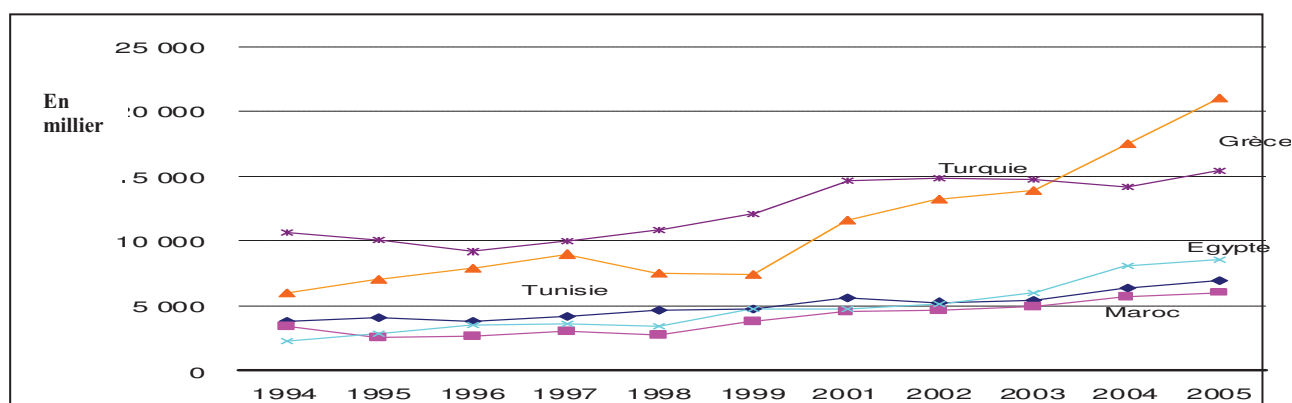
Les concurrents directs présentent des atouts semblables au littoral tunisien. On peut ici faire référence à des pays tels que le Maroc, l'Egypte, la Turquie ainsi que la Grèce. Il est important d'analyser cette concurrence tant sur le plan des arrivées que sur celui des recettes.

a. Au niveau des arrivées touristiques

À partir de la figure 25, on remarque une large différenciation des arrivées entre les deux pays touristiques de la rive Nord de la Méditerranée (la Turquie et la Grèce) et les autres de la rive Sud (la Tunisie, le Maroc et l'Egypte). La Turquie reste la destination touristique la plus populaire, notamment en matière de tourisme balnéaire. En 2005, ce pays a enregistré plus de 21 millions de visiteurs, ce qui représente une part de marché de l'ordre de 36% par rapport aux autres destinations concurrentes. La Turquie est suivie de près par la Grèce qui a enregistré de son côté plus de 15 millions de visiteurs. Contrairement à la Grèce, la Turquie reste une destination touristique majeure en termes de tourisme culturel. Mais au cours de ces dernières années, elle vise de plus en plus le produit balnéaire. Toujours en termes d'arrivées touristiques, l'Egypte se positionne en tête des concurrents directs de la rive sud (la Tunisie et le Maroc) avec une part de marché de 15% en 2005.

Nous remarquons qu'au cours de ces dernières années la Tunisie a perdu la tête du classement au niveau des arrivées (en 2002, elle devançait l'Egypte et le Maroc avec 13%).

Figure 25. Arrivées des visiteurs-Tunisie et les quatre destinations concurrentes



Source : OMT, Annuaire statistique (2006).

Ce déclin s'explique par le fait que la Tunisie a été peu encline à développer davantage les autres segments de marché du tourisme global ou à développer de nouveaux produits touristiques permettant de diversifier son potentiel de marché. En parallèle, l'Égypte et la Turquie ont commencé à grignoter les précieuses parts du marché tunisien et à commercialiser, en plus du tourisme balnéaire, d'autres formes de tourisme. Cet élément pose un sérieux problème au tourisme tunisien qui doit faire face à cette nouvelle forme de concurrence méditerranéenne.

Contrairement à la Tunisie, la Turquie et l'Égypte sont parvenues à cibler d'autres créneaux lucratifs du marché et à proposer d'autres produits tels que les conférences, le yachting, le thermalisme, la découverte et les randonnées. Ces destinations ont depuis longtemps été et continuent d'être culturelles (ressources archéologiques, historiques, culturelles et folkloriques ayant une réputation mondiale).

Cette activité présente un intérêt tout particulier puisqu'elle influe sur l'étalement des saisons, l'amélioration du taux de retour, ainsi que sur la rentabilité des investissements.

À cet égard, on peut faire référence à la mutation du tourisme marocain. À l'exception de la région d'Agadir, synonyme de tourisme balnéaire, ce pays a longtemps privilégié le tourisme culturel. On peut illustrer cette idée en faisant référence aux villes historiques (Fès, Marrakech). Aujourd'hui désireux d'attirer plus de touristes, le Maroc mise sur le balnéaire.

b. Au niveau de la recette

L'analyse des exemples de la Grèce, de la Turquie, du Maroc et de l'Égypte montre que les recettes en devises par entrée pour la Tunisie sont beaucoup moins importantes (336\$

en 2005) que celles enregistrées dans ces quatre pays (cf. tableau 54). La Turquie, la Grèce , l’Egypte et le Maroc enregistrent des recettes touristiques deux fois plus importantes que celles de la Tunisie, bien que cette dernière attire beaucoup plus de touristes étrangers, ce qui pose la question de la qualité du produit touristique tunisien et des catégories de clientèles qui fréquentent la Tunisie.

Tableau 54. Position de la Tunisie vis-à-vis des destinations concurrentes

Destination	Revenu Touristique par entrée (US\$) selon les années				Tunisie = 1.0 en 2005
	1990	1995	2000	2005	
Tunisie	296	371	333	336	1.00
Maroc	313	498	477	791	2.35
Turquie	672	700	797	895	2,66
Egypte	456	935	849	831	2,47
Grèce	292	408	704	930	2,76

Source: Stat. OMT et World Development Indicators (2006).

2.4.3- Limites de la stratégie adoptée par la Tunisie

a. La promotion par les prix

La faiblesse des recettes en devises peut être expliquée par le choix stratégique des autorités tunisiennes d’offrir une destination «moins chère». Ce constat est confirmé par le Forum Economique Mondial de Davos en 2009. En effet, la Tunisie arrive en 44^{ème} position sur 133 pays ; elle devance néanmoins ses principaux concurrents comme la Turquie (56), l’Egypte (64) et le Maroc (75). La compétitivité du produit tunisien découle en premier lieu des prix proposés par la destination. La Tunisie est en effet, classée au 7^{ème} rang mondial en matière de compétitivité-prix. Ce critère couvre les tarifs des chambres dans les hôtels ainsi que les prix des hydrocarbures et l’ensemble des taxes liées au voyage. Cette politique tunisienne de «promotions» tous azimuts risque d’être suivie par un cycle de baisse de prix. Il est à craindre que cette situation se solde par un bradage généralisé des prix. On peut citer l’exemple du slogan d’un tour-opérateur français proposant des séjours touristiques dans des hôtels de catégorie 5 étoiles aux prix des hôtels de catégorie 2 étoiles (Sahli, 2004). En plus, l’expansion effrénée de l’investissement hôtelier (accroissement de la capacité en lits) a semé les germes des difficultés structurelles rencontrées par le secteur touristique.

b. Absence d'atout promotionnel pour différencier son image dans les marchés cibles

Pour les organisateurs de voyages « en Tunisie, le touriste est piégé dans son hôtel ». En d'autres termes, le produit tunisien est basé uniquement sur le littoral, ce qui a poussé Gaïl de la Porte du Theil, Directeur Général de CHORUS, l'un des tous premiers tour-opérateurs français, associé à TUI, ¹⁹⁴à déclarer : *"La Tunisie n'a développé que son littoral : il n'y a rien ou pas grand-chose d'autre à faire que la plage"*¹⁹⁵. Contrairement à l'Egypte, la Turquie ou le Maroc, la Tunisie ne bénéficie pas d'emblèmes puissants et largement reconnus représentant les attractions qu'elle offre aux visiteurs. Les pyramides du Caire, la Mosquée de Hagia Sofia d'Istanbul ou la médina du Marrakech jouissent de ce statut et sont fortement mises en avant dans les promotions sur le plan international. Les images de ces destinations sont différenciées et sont perçues comme des expériences culturelles de très grande valeur. La Tunisie manque actuellement de ce type de levier d'attraction.

À travers cette section, nous avons explicité les quatre causes du marasme du tourisme tunisien : la saisonnalité, la commercialisation des produits tunisiens par les tour-opérateurs, le vieillissement du produit et la concurrence des pays émergents. Ces causes sont les résultats de la politique du « laisser faire » adoptée. Elle s'accompagne d'un échec à tous les niveaux :

- Sur le plan économique : concrètement une perte, par ce biais, des 2/3 environ du prix de vente du produit. En général, le tiers seulement de ce que paie le client revient à la Tunisie, d'où une grande dépendance du secteur par rapport à l'étranger.
- Sur le plan social : la population a peur de dépendre de cette activité (chômage et émigration) ;
- Sur le plan environnemental : différents problèmes environnementaux affectent le tourisme international en Tunisie, tels que la dégradation des plages, des sites naturels et urbains, et la pollution marine de l'espace touristique. Parallèlement, coexistent d'autres préoccupations environnementales, comme le problème de la consommation des espaces agricoles et des ressources en eau dans les principaux pôles touristiques.

¹⁹⁴ Interview par Michel Cantal Dupard pour la revue Architecture.

¹⁹⁵ Il va plus loin lorsqu'il dit « *imaginons que la Lybie, qui possède de très beaux sites, décide de s'ouvrir au tourisme et de casser les prix : du jour au lendemain, il n'y aurait plus personne en Tunisie. Ce pays vend une matière qui n'est pas la sienne propre : le soleil, la mer et le sable...si on n'intègre pas une autre donnée, spécifique, culturelle, on est fragilisé et, avec les tendances actuelles, très en danger.* »

Au total, les résultats de cette politique amènent plusieurs auteurs à avouer que le tourisme n'a pas atteint les objectifs fixés par l'Etat¹⁹⁶. Par exemple, pour Alaoui (1986, p. 505) *Le tourisme international n'a pas constitué le moteur du développement de l'économie tunisienne, ce que les dirigeants politiques espéraient de lui, mais seulement un appoint*. Il faut donc s'interroger sur les solutions à adopter pour que le tourisme sorte de ces blocages et devienne un axe central de développement pour la Tunisie.

Section 3. Quelles solutions pour que le tourisme reste un axe de développement pour la Tunisie ?

Aujourd'hui, pour résister à la concurrence, le tourisme doit combiner deux facteurs : l'avantage comparatif et la compétitivité (Lafay, 1999 page 39), nouvelle donne justifiée par l'agence internationale de notation «Fitch Rating, 2004» pour la Tunisie. Pour cette dernière l'industrie touristique tunisienne est «un modèle économique à rénover». L'attractivité de la Tunisie, c'est d'abord le littoral. Selon les touristes enquêtés (JICA, 2002), la Tunisie ne valorise pas ses territoires¹⁹⁸. Face à une concurrence mondiale de plus en plus intense, à des comportements en évolution rapide, la destination « Tunisie » doit s'adapter et s'organiser. Dans ce contexte où les acteurs du tourisme évoluent vite, cette mutation incite aujourd'hui à faire des propositions concrètes, susceptibles d'améliorer l'efficacité du tourisme en Tunisie, notamment en termes de qualité et de durabilité du secteur.

3.1- Tourisme post-fordiste : la "qualité" au cœur des modèles de sortie de crise

Afin de définir les attentes des clientèles, il est nécessaire de rappeler l'évolution de la dynamique du marché touristique. La période 1960-1990 peut être qualifiée de « 30 glorieuses du tourisme tunisien ». La stratégie de l'offre était dominante. En effet, l'offre, souvent rigide en hébergement et en produits (durée de séjour, prestations imposées, concentration spatiale de l'offre,...) orientait la consommation touristique des clientèles (le contexte concurrentiel n'était pas exacerbé et le rapport de force contractuel était favorable aux destinations

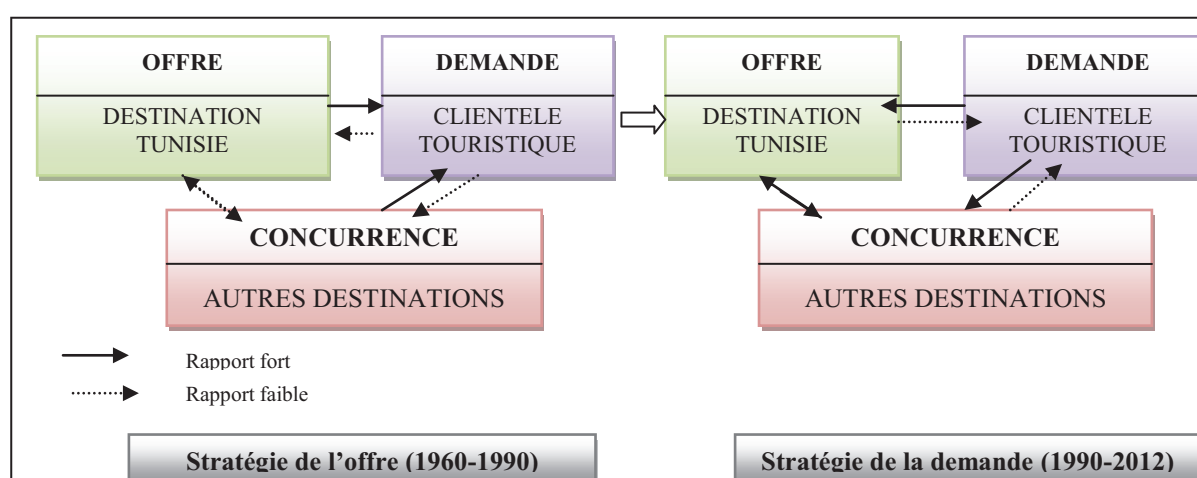
¹⁹⁶ Banque Mondiale (2002), Gy-Jaabiri (1999), Alaoui (1986) et Boudhiba (1976).

¹⁹⁸ Selon l'enquête menée par Souissi (2007, p. 61) en 2003 dans la zone Sousse-Monastir : 60 % des touristes interrogés ont choisi la destination Tunisie en raison des prix avantageux proposés par les tours opérateurs et les agences de voyage.

réceptives de touristes)¹⁹⁹. Cependant, depuis le milieu des années 90 et à l'horizon 2012, si la demande a progressé et vraisemblablement progressera ultérieurement, l'offre touristique a augmenté encore plus rapidement, au point d'être désormais excédentaire par rapport à la demande.

Principale conséquence pour le marché touristique, les années à venir seront déterminées par la demande. Il faudra impérativement proposer une offre de produits en adéquation avec les attentes des clientèles touristiques. Le schéma suivant précise les nouveaux rapports de force en vigueur sur ce marché de demandeurs.

Figure 26. Les nouveaux rapports de force sur le marché du tourisme



Source : Elaboration personnelle.

Les nouvelles tendances de la consommation touristique ont donc changé : « le nouveau touriste cherche le calme, la facilité de circuler, l'authenticité du cadre de relations humaines. Il se veut explorateur de nouvelles cultures (traditions, fêtes populaires, écomusées) ». En d'autres termes, il est à la recherche d'une offre touristique variée, tout en respectant l'environnement. C'est le concept de qualité qui semble le plus approprié pour résumer les arguments avancés par ceux qui perçoivent une étape de mutations profondes au sein du modèle d'organisation touristique. Selon Gourija (2007, p. 56): «*La crise de la quantité a donc ouvert la voie à la qualité*».

Pour la Tunisie, l'amélioration des composantes « service » et « produit offert » devrait redresser l'image du produit. Comme le souligne avec justesse Abitbol (1990, p. 62) : «*Avant d'améliorer l'avenir du produit touristique tunisien, il serait sage de l'améliorer lui-même* ».

¹⁹⁹ Les taux de croissance des départs en vacances se sont depuis stabilisés ; le consommateur touriste potentiel est plus expérimenté, il compare, voire négocie âprement ses choix de loisirs et de vacances. Pour le développement touristique d'une destination, une offre standardisée appuyée par un minimum de notoriété de l'image ne suffit plus pour s'imposer sur un marché devenu très compétitif.

3.1.1- Au niveau du service

La dégradation de la qualité s'observe surtout dans le domaine des services hôteliers. Il s'agit là du «talon d'Achille» du tourisme tunisien. L'étude du groupe japonais (JICA, 2001) relève que cette lacune résulte avant tout d'un niveau insuffisant de professionnalisme. Ces institutions recommandent au pouvoir public, pour améliorer la qualité du produit, d'inciter les établissements touristiques à obtenir la certification de conformité aux normes de qualité ISO, de renforcer la compétitivité du produit touristique et de garantir la transparence des transactions au niveau des prix. Le diagnostic est posé depuis longtemps, Boussarsar²⁰¹ (2003) précise que *«l'hôtellerie tunisienne souffre d'un déficit de qualité du fait du bradage des prix, de l'insuffisance d'investissement et de l'absence de main d'œuvre qualifiée, qui sont une menace pour le long terme»*. Ainsi, il s'agit non seulement de poser un diagnostic sur le service touristique, mais aussi de proposer des recommandations pour en améliorer la qualité.

a. La Formation

Le problème central ici est celui de la formation professionnelle des acteurs du tourisme. En effet, le secteur touristique s'est fortement développé dans les années 1970, souvent grâce aux promoteurs immobiliers. S'il y a bien eu un investissement matériel important, l'investissement humain a été relégué au second plan. Un recrutement massif s'en est suivi à un moment où il n'y avait pas ou peu d'écoles de tourisme. La situation a évolué depuis : aujourd'hui, le rôle des écoles est important dans la formation (adéquation de la qualification et des métiers), ce qui devrait à terme améliorer la qualité du service. L'école de tourisme de Djerba (tableau ci-après) en est un exemple:

Tableau 55. Répartition selon les spécialités et le sexe des inscrits à l'école de tourisme de Djerba

Spécialités	Répartition selon sexe		Inscrits
	Masculin	Féminin	
Cuisine (1 ^{er} , 2 ^{ème} , apprentis)	102	3	105
Restaurant (1 ^{er} , 2 ^{ème} , apprentis)	64	1	65
Pâtisserie (2 ^{ème})	21	5	26
Réception (2 ^{ème})	17	8	25
Etage (1 ^{er} , 2 ^{ème})	34	10	44
Total	238	27	265

Source : Ecole de Tourisme de Djerba (2008).

²⁰¹ Président de la Fédération Tunisienne des Agences de Voyages (FTAV).

Nous remarquons la faible présence des femmes (10%) dans la formation en comparaison, par exemple, avec la France (52%). Cette orientation en Tunisie s'explique par le phénomène religieux. En effet, les hôteliers se trouvent dans l'impossibilité de recruter du personnel féminin, au moins pour certains postes où l'emploi des femmes apparaît nécessaire. Le second problème concerne la qualité des inscrits : ce sont souvent des non-diplômés (le Bac) qui, par désespoir de cause, s'orientent vers le tourisme. Comme le signale Abitbol (1979, p. 217) ; il s'agirait «...d'avoir un personnel et des cadres qui ne proviendraient pas, comme souvent, des déchets de l'enseignement traditionnel ». Il ajoute que « Sur près de 42 000 personnes travaillant directement dans l'hôtellerie tunisienne, le quart seulement a eu une formation éphémère et l'a perdue au contact du personnel non formé. Paradoxe du secteur : un besoin de personnel qualifié et un non-emploi de celui-ci » (1990, p. 64).

Pour cela, il est nécessaire de faire coopérer étroitement l'Office National du Tourisme Tunisien (ONTT) et le ministère de l'éducation nationale de façon à instaurer une option « Tourisme » dans le cycle secondaire des études, tout comme il existe une option Economie ou Technique. Cela permettrait non seulement de relever le niveau des élèves et des étudiants, mais encore de susciter de nouvelles vocations vers les métiers du tourisme. Enfin, dernier problème, le vieillissement du matériel utilisé dans la formation et d'origine allemande. On assiste aujourd'hui à une évolution du matériel, ce qui demande, pour le directeur de l'école de tourisme de Djerba, un long délai pour mieux intégrer le système de la formation. Par ailleurs, la plupart des élèves choisissaient le métier de la réception jusqu'à peu. Or, aujourd'hui, attire davantage le métier de la restauration, mieux rémunéré ; par conséquent, il faut adapter les spécialités aux besoins des hôteliers pour que les étudiants qualifiés trouvent un emploi.

Les métiers du tourisme sont de plus en plus réglementés et la législation du travail offre peu de flexibilité. Ainsi, le secteur recourt, non seulement à des contrats spéciaux de la formation professionnelle et donc à des stagiaires de longue durée, surexploités et non déclarés, mais encore à des employés sous payés qui ne bénéficient pas toujours des prestations de la Caisse Nationale de Sécurité Sociale (CNSS). Lorsque ces formations ont lieu, elles sont souvent en inadéquation avec la demande du marché, notamment du fait de la qualité des formateurs. Donc, l'un des problèmes essentiels à résoudre découle de l'inadéquation entre les besoins actuels de l'hôtellerie tunisienne et les ressources disponibles en capital humain issues du système de la formation. Cette distorsion reflète la faiblesse de la

qualification des salariés du secteur. Ce phénomène entrave la productivité et nuit à l'amélioration de la compétitivité du tourisme tunisien. Selon Abitbol (1990, p. 54) : « *Le tourisme est d'abord une industrie de main d'œuvre car c'est de la qualification des hommes et donc de la qualité du service que naît en premier lieu celle du produit touristique* ». Cela signifie qu'il faut consolider la qualité dans le secteur puisque celle-ci se définit par la performance et se mesure par la satisfaction du client. Parmi les contraintes qui entravent le développement du tourisme, nombreuses sont ainsi celles liées aux ressources humaines.

L'étude de la Banque Mondiale (2002) recommande également un programme de mise à niveau des anciennes unités touristiques et la réalisation d'études de diagnostic et de l'amélioration de la qualité. « Qui dit qualité, dit formation », d'où l'enjeu, selon l'étude, d'axer les efforts sur la qualité de la formation professionnelle, dans les secteurs public et privé et d'associer davantage la profession au système de formation. Elle insiste aussi, pour que la formation du personnel soit gérée paritairement avec les professionnels et dans le cadre d'un aménagement privé. En clair, l'étude plaide pour l'émergence d'un système de formation touristique privé et de qualité.

Dernière remarque, le secteur touristique a longtemps été considéré comme un secteur qui ne nécessite pas pour sa gestion une formation précise ; qu'à la limite, il suffit d'avoir l'esprit commerçant pour réussir dans ce domaine. Mais à une époque où la puissance des acteurs touristiques passe avant tout par la technologie des réseaux informatiques, un pays ne maîtrisant pas cette variable se trouve très vite marginalisé. Il en va de même pour le besoin en cadres de gestion comme dans tous les autres secteurs économiques. Il se trouve que cette obligation n'est pas ressentie par tous les hôteliers. En effet une enquête faite en 1995 par la Fédération Tunisienne de l'Hôtellerie (F.T.H) auprès des professionnels, sur les besoins en formation dans l'hôtellerie révèle qu'il y en a encore 15% à nier l'importance de la formation dans le développement de la filière.

Tableau 56. Enquête sur les besoins en formation dans l'hôtellerie

	Catégories d'hôtels	Oui	Non
Le développement est-il lié à la formation ?	2* + NC	85.7%	14.3%
	3* + VV	84.6%	15.4%
	4* et 5*	85%	15%

Source : Profession tourisme n°19 juillet 1995

La principale contrainte à ce sujet est l'effort de l'Etat dans ce domaine. En effet, pour la seule année 1995, le déficit en personnel diplômé était de 2 860 personnes : selon l'étude réalisée par la F.T.H sur les besoins en formation, ces derniers sont évalués à environ 4 000 personnes par an, alors que la capacité de l'actuel système exclusivement assuré par l'Etat ne dépasse pas le millier.

Pour avoir une main d'œuvre qualifiée, il est nécessaire d'introduire le secteur privé dans la formation. Car elle est seule peut aider à combler le déficit et à garantir la qualité de la formation requise en lui accordant les incitations optimales et les ressources nécessaires. Il faudrait aussi faire disparaître le caractère saisonnier pour stabiliser le personnel : difficile d'inciter le personnel à se recycler s'il reste occuper six mois par an au minimum. Il faudrait donc développer le tourisme d'hiver en diversifiant le produit, en attirant les touristes du « troisième âge », le tourisme de congrès, de chasse, etc.

Au total, pour le renforcement des ressources humaines, il convient de rapprocher les professionnels du secteur et les écoles hôtelières au niveau national et international et de renforcer la coordination entre l'ONTT, la Fédération tunisienne de l'hôtellerie et la Fédération Tunisienne des Agences de Voyage. La qualité étant la cible du développement du secteur, l'amélioration des ressources humaines en demeure la clé. Le développement de la formation continue publique et privée ainsi que l'établissement de normes concernant l'emploi et les qualifications dans le secteur seraient source de motivation et d'implication plus forte des personnels. Enfin, la nécessité de généraliser l'enseignement de l'informatique n'est plus à démontrer (système de réservation, comptabilité...).

b. La profession

En ce qui concerne la profession, le manque d'assainissement de la profession touristique et l'application non rigoureuse des textes régissant la branche du tourisme constituent des entraves au développement touristique tunisien. L'étude JICA (2001) propose des aménagements fiscaux devant permettre le développement de groupes touristiques plus puissants capables de négocier d'égal à égal avec les tour-opérateurs qui ont tendance à imposer leurs prix. Cette étude estime que la période actuelle paraît opportune pour envisager des regroupements et / ou des recapitalisations d'entreprises. Elle propose également d'obliger les investisseurs étrangers à prendre plus de risques et, partant, à investir davantage.

Des efforts récents (2005) en faveur d'une classification ont été entrepris. Le Programme de Mise à Niveau des établissements Hôteliers (PMNH²⁰⁵) fait partie des mesures prises par la Tunisie pour améliorer la qualité.

Le rôle de l'Office du Tourisme Tunisien est déterminant pour mettre en place ce nouveau système national de classification²⁰⁶ qui repose sur trois volets :

- Une réactualisation des normes de classement de 1 à 5 étoiles qui repose à la fois sur des normes physiques et fonctionnelles (dimensions, équipements, prestations...) et sur des normes de qualité. Ce classement est obligatoire et directement contrôlé par la direction des Produits de l'ONTT;
- Un label de qualité auquel peuvent volontairement adhérer à certaines conditions les hôteliers qui le souhaitent. Ce label peut favoriser des démarches d'amélioration de la qualité des hôtels;
- Une spécialisation dans une catégorie de produit/service. Parmi les différentes spécialisations, chaque établissement peut demander trois spécialités. Ce dernier volet doit permettre de mieux caractériser l'offre d'hébergement par rapport aux attentes des clients. Cette approche, dans le sens d'une différenciation des produits, devrait se traduire par une meilleure valorisation de l'offre à terme, générer un outil vis-à-vis du public individuel.

Cependant les spécialisations proposées²⁰⁷ ne vont pas toujours dans le sens de la clarification (hôtels pour familles/hôtels club et de vacances) dans la mesure où elles incluent des spécialisations par type et non par thème. Il sera donc nécessaire pour l'Office du Tourisme d'assurer un suivi assez strict des classements et de les compléter par une politique de promotion du système en direction des gestionnaires d'hébergement et du marché.

L'objectif est donc l'amélioration de l'offre existante, la diversification des produits touristiques et le renforcement de la rentabilité des investissements touristiques.

²⁰⁵ Adopté par en Conseil ministériel Restreint le 23 juin 2004. Il concerne 45 unités.

²⁰⁶ Cf. Arrêté des ministres du Commerce et du Tourisme, des Loisirs et de l'Artisanat du 4 février 2000, fixant les normes minimales de classement des hôtels de tourisme et les conditions d'octroi du label de qualité et de spécialisation, Ministère du tourisme, des loisirs et de l'artisanat / ONTT

²⁰⁷ Les 13 spécialisations proposées sont les suivantes : hôtel de golf, hôtel de séminaires, hôtel de congrès, hôtel thalassothérapie, hôtel pour familles, hôtel d'affaires, hôtel club et de vacances, hôtel historique, hôtel casino, hôtel de santé, hôtel de sports, motel, écohôtel.

c. L'hébergement

Au niveau de l'hébergement, les perspectives du tourisme littoral sont liées à la structure même de ses hébergements. La plupart des constructions datent des années 70 et commencent à devenir vétustes, d'autant plus qu'elles sont soumises aux dégradations du climat maritime. Se pose aussi un problème de qualité des services à offrir aux visiteurs. La clientèle étrangère est exigeante et sensible à un certain niveau de confort des hébergements, à la diversité des activités proposées ou à la qualité de l'accueil.

On conclut que les évolutions sont lentes en matière de modification des comportements d'offre touristique et que même si les nouvelles stratégies s'adaptent rapidement à la demande, elles ne pourront compenser à court terme les difficultés rencontrées par le tourisme traditionnel local.

Pour sortir l'immobilier de loisirs de la crise, de nouvelles formules sont encouragées par les promoteurs, comme les résidences de loisirs.

3.1.2- Au niveau du produit offert

Afin d'analyser le produit touristique tunisien, il est nécessaire d'abord de le comparer aux produits offerts par des pays ayant les mêmes caractéristiques (pays méditerranéens ayant un patrimoine islamique) et ce en partant des avis des tour-opérateurs et des touristes. Ensuite, nous proposons des solutions pour diversifier le produit tunisien.

a. La position de Tunisie par rapport aux pays concurrents

La dégradation de la qualité s'observe dans l'attractivité des lieux touristiques offrant une gamme de services peu diversifiés. En effet, les pays concurrents, principalement le Maroc, l'Égypte et la Turquie, offrent un vaste choix d'installations sportives et culturelles, un grand choix de restaurants, parcs, palais de congrès et de casinos (cf. tableau 57).

Tableau 57. La position de la Tunisie par rapport aux pays concurrents

Destination	Vacances balnéaires	Archéologie	Histoire/ Culture	Beauté	Sports/ Aventure soft	Tourisme de congrès	Santé/ Cure	Attractions à Thèmes
Tunisie								
Vacances balnéaires	Très Fort	Faible	Faible	Acceptable	Acceptable	Faible	Faible	Faible
Maroc								
Plusieurs objectifs	Acceptable	Fort	Fort	Fort	Acceptable	Fort	Acceptable	Fort
Egypte								
Plusieurs objectifs	Fort	Fort	Fort	Fort	Acceptable	Fort	Acceptable	Fort
Turquie								
Plusieurs objectifs	Fort	Fort	Fort	Fort	Acceptable	Fort	Acceptable	Fort

Source : Equipe d'étude JICA (2001, p. 6).

Alors que le tourisme tunisien est concentré essentiellement sur le tourisme balnéaire, le type de vacances préféré des Européens voyageant à l'étranger est beaucoup plus varié comme le montre le tableau 58.

Tableau 58. Voyageurs en provenance des principaux pays européens par type

Vacances						Affaires	Autres types de loisirs
Soleil + Plage	Vacances en ville	Circuits	Campagne	Autres	Total		
25%	12%	13%	6%	19%	76%	13%	11%

Source: IPK International, World Travel Monitor, 1998.

On observe ainsi une nette dépendance de la Tunisie vis-à-vis des vacances balnéaires traditionnelles et son faible positionnement sur les autres grands produits. Il n'est donc pas étonnant que les recettes du tourisme par arrivée de visiteur restent de faible niveau.

b. Perception de la Tunisie par les tour-opérateurs européens

Pour connaître l'avis des tour-opérateurs sur la Tunisie, nous faisons référence à une enquête de 2000 (JICA, 2001). Cette enquête a été réalisée au cours d'entretiens avec huit tour-opérateurs importants de quatre pays européens : l'Italie, l'Espagne, les Pays Bas et la Pologne. Les difficultés typiques soulevées par la plupart des opérateurs interviewés incluent :

- Beaucoup d'accentuation sur «le tourisme balnéaire» et peu d'efforts de promotion pour vendre «l'histoire, la culture et le style de vie traditionnelle» ;

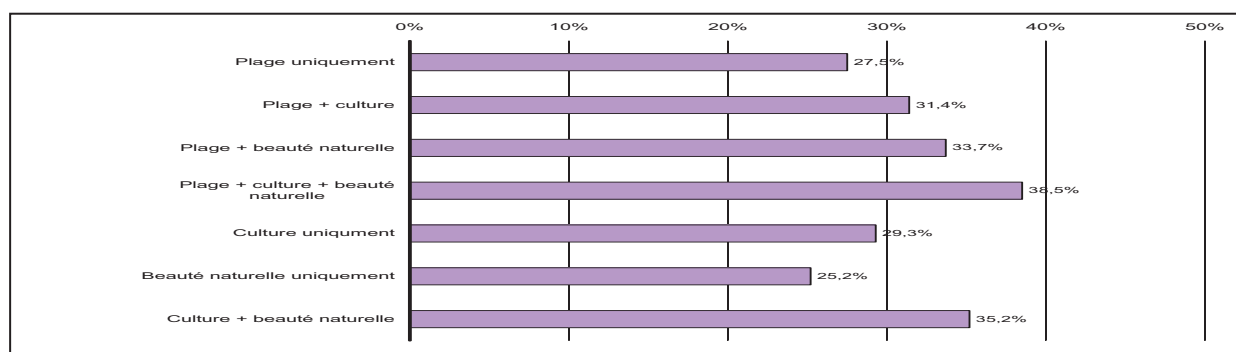
- Médiocre présentation des ressources (historiques, culturelles) et de leur explication (utilisation de l'arabe et du français seulement);
- Hôtels mal entretenus et laisser-aller dans la prestation de services (service lent, la langue française uniquement);
- Promotion plus agressive en Egypte et au Maroc, comparée à la Tunisie;
- L'Egypte et le Maroc sont plus attractifs en matière de circuits culturels et historiques

Les tour-opérateurs affirment que le taux de retour est faible, ce qui traduit une certaine déception des touristes à l'égard du produit tunisien et un faible désir de revenir.

c. Perception de la Tunisie par les touristes

En dépit de la richesse du patrimoine culturel tunisien²⁰⁸, les sites culturels importants du pays ont tendance à être considérés comme moins attractifs par les touristes : le niveau de satisfaction est de 29.3% (cf. Figure 27), ratio obtenu auprès de personnes impliquées dans le tourisme du pays et des tour-opérateurs européens interrogés dans le cadre de l'enquête JICA (2000, p. 10). Il est important de noter que le niveau de satisfaction des touristes ayant plusieurs objectifs est plus élevé que les autres. Ceux qui viennent pour la plage, la culture et la beauté naturelle sont les plus satisfaits (38.5%).

Figure 27. Niveau de satisfaction des vacanciers par motif



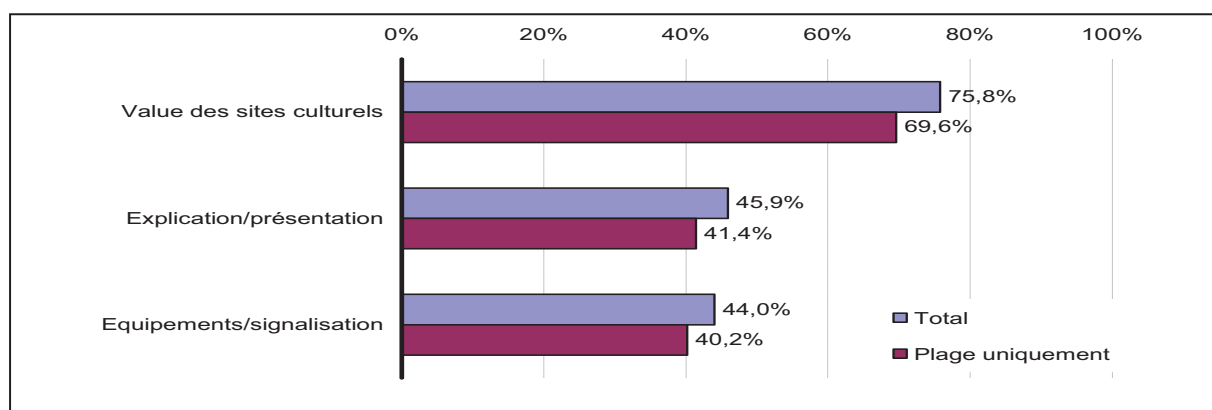
Source : JICA, Enquête auprès des 3 600 touristes menée en juillet-août 2000.

En même temps, il faut reconnaître que la valeur des sites culturels en Tunisie telle qu'elle est perçue par les touristes n'est pas nécessairement faible ; elle est en fait

²⁰⁸ Le site archéologique de Carthage, l'amphithéâtre romain d'Eljem, le musée de Bardo, le patrimoine archéologique à Djerba....

relativement élevée. Comme le montre le graphique ci-dessous, 75,8% des personnes qui ont visité les sites culturels importants attribuent à ces sites la notation «Bien» en termes de valeur. 70% des visiteurs dont l'objectif était la plage uniquement ont même évalué ces sites comme «Bien».

Figure 28. Visiteurs ayant qualifié les principaux sites culturels de «Bien»



Source : JICA, Enquête auprès des touristes menée en juillet-août 2000, p. 11.

Les résultats de l'enquête menée par le groupe japonais en juillet et août 2000 pour connaître le motif principal de leur présence sur le littoral sont éloquentes : 82% des touristes estiment que c'est principalement les plages qui les ont motivés à venir. Il est intéressant de percevoir que la vocation touristique de la Tunisie et l'image véhiculée par la majorité des touristes se résument à sa balnéarité (82%).

Il est cependant important de remarquer que les résultats montrent aussi qu'un nombre significatif de vacanciers balnéaires (45%: plage + culture+ beauté naturel + plage + culture + plage + beauté naturelles) choisissent la Tunisie pour son côté culturel et ses beautés naturelles en plus de son produit balnéaire.

Tableau 59. Répartition des vacanciers²⁰⁹ par objectif recherché

Objectif des vacances	% du Total des Vacanciers	% de Vacanciers balnéaires
Plage uniquement	45,2%	55,0%
Plage + culture	14,5%	17,7%
Plage + beautés naturelles	11,4%	13,9%
Plage + culture + beautés naturelles	11,0%	13,4%
Total Plage	82,0%	100,0%
Culture uniquement	5,2%	-
Beautés naturelles uniquement	9,1%	-
Culture + beautés naturelles	3,6%	-
Total	100,0%	-

Source : JICA (2001), Enquête auprès des touristes menée en juillet-août 2000, p. 10.

²⁰⁹ Les touristes japonais ont été exclus dans cette analyse.

Des enquêtes auprès des visiteurs indiquent également l'existence d'une absence de satisfaction liée aux conditions du pays et à la qualité des services. Un important voyageur allemand (Condor et Neckermann, 2000) rapporte que le niveau de réclamation de ses clients vers la Tunisie constitue le double du niveau moyen de réclamations relatives aux destinations internationales. Dans l'enquête de JICA (2001) effectuée auprès des touristes, les questions relatives aux services et équipements urbains et aux conditions sanitaires ont obtenu de très faibles résultats. Le faible pourcentage de «Bien» (19% et 22% respectivement) révèle une très forte insatisfaction de ces prestations.

La satisfaction des touristes est d'une importance cruciale, notamment dans la manière dont elle influence les visiteurs potentiels, valeur significative, si l'on en juge par le taux élevé de ceux qui considèrent le "bouche à oreille" comme source d'information utile. Comment résoudre ce problème ?

3.1.3- Solutions à court et moyen terme

a. Développer l'animation

L'animation, «art difficile», reste très insuffisante. Cette activité constitue l'une des principales lacunes du tourisme tunisien. Ainsi, en dehors de quelques établissements touristiques, l'animation est quasi inexistante.

Le tourisme est certes de l'animation, mais aussi des produits annexes variés. Selon Abitbol (1993) : *« L'homme a besoin de spectacles, de folklore, de dépaysement. Ce genre d'animation créerait la fête dans la rue, si nécessaire pour le pays qui veut retenir »*. Dans le cadre de l'animation, il ne s'agit plus d'organiser des activités en bord de mer, sur la plage de l'hôtel, mais de permettre au touriste de sortir du cercle fermé de l'établissement hôtelier et de découvrir le pays à travers des circuits organisés. À Djerba par exemple, en dehors du projet de «Ali Meftah»²¹⁰, très peu d'initiatives significatives ont été prises pour contribuer à une véritable animation des stations balnéaires ; les programmes événementiels restent faibles et le peu d'animation culturelle existant dans les stations n'est pas suffisamment ciblé en direction des visiteurs étrangers.

²¹⁰ Ce projet porte le nom de son créateur « Ali Meftah », un professionnel du tourisme. C'est un centre de loisir qui vient étoffer l'animation touristique locale. Il intègre une très grande diversité de distractions : animation spectacles, animation récréative, animation commerciale, animation culturelle et animation gastronomique.

L'animation en dehors de l'hôtel peut passer par :

- les combats d'animaux : l'Espagne possède sa tauromachie, le Maroc ses combats d'animaux et surtout de coqs, de même pour la Turquie des combats de chameaux. En Tunisie, la tradition de combats d'animaux est très vieille il s'agit des combats de béliers.
- la pêche au poulpe, la plongée sous-marine permettent d'attirer du printemps à l'automne un nombre important de touristes.

b. Tourisme de santé et du bien-être

La Tunisie promeut d'autres formules d'accueil notamment pour les moyennes et basses saisons. Parmi ces formules, elle a réussi le pari de se classer en seconde position au niveau mondial en matière de tourisme de santé. Chirurgie esthétique²¹¹, chirurgie générale ou de pointe, thalassothérapie²¹²...autant d'offres de soins qui sont une opportunité pour le tourisme. La Tunisie dispose de plusieurs cliniques privées, d'un nombre important de centres de thalassothérapie aux normes internationales, équipées d'installations aussi performantes que celles des pays européens. L'association Britannique « Operations Abroad » a inscrit le pays parmi les destinations de santé proposées aux patients anglais. De plus, les prestations proposées sont de 50% moins chères qu'en Europe. L'afflux des patients étrangers est en constante progression.

c. Tourisme culturel

Il y a une idée traditionnelle et persistante chez les hôteliers qui considèrent que leurs champs d'action doivent se limiter au parc hôtelier, et que tout investissement en dehors de ces frontières est non rentable. Mais, il importe d'affirmer qu'au niveau international, cette idée est révolue, et donc libérer les esprits de cette notion de « ghettos touristiques » s'impose. Car le touriste de l'an 2012 n'est plus cet être qui passe son séjour à l'intérieur de l'hôtel et se suffit de quelques spectacles de « Folklore » du pays pour prétendre connaître le pays. Loin de là, c'est un touriste qui vient à la découverte de l'autre: de la population, de la culture, des

²¹¹ En Tunisie, une opération des seins coûte environ 2 600€, transport compris. En France une telle intervention à elle seule revient au double (Revue « Al Arabia » du jeudi 7 décembre 2006).

²¹² La thalassothérapie s'inscrit dans le cadre du marché lié à l'eau. Ce dernier met en place un schéma global de la remise en forme et du bien-être qui va d'une prise en charge peu médicalisée à très médicalisée. La thalassothérapie utilise l'eau de mer pour des fins thérapeutiques ou préventives. Elle est désormais plus ludique (concept anglo-saxon) que médicale (approche française) et combine de plus en plus santé, bien être, tourisme et loisirs. Ainsi, la croissance du marché de la remise en forme connaît actuellement un véritable renouveau, se développe et se diversifie en fonction des nouvelles attentes sociétales.

paysages, de la gastronomie²¹³ et de l'artisanat²¹⁴. De sorte que le produit touristique ne se résident plus aux prestations fournies par l'établissement d'hébergement, mais concerne l'ensemble des villes touristiques. Donc investir dans le tourisme, c'est investir dans l'environnement tant écologique que culturel.

Le patrimoine archéologique, architectural et naturel de la Tunisie est très riche. Il faut donc lui apporter une attention, le valoriser afin d'en faire un atout concurrentiel par son unicité. Il ne suffit plus de «clichés» préétablis pour impressionner le touriste. Ce dernier est de plus en plus éveillé et cherche la vérité, beaucoup plus que l'image de celle-ci. Plusieurs pistes sont envisageables. Un travail de recherche de sauvegarde doit être entrepris pour l'ensemble du pays, car chaque région a des spécificités qui en font un produit touristique potentiel. Toutefois, il ne s'agit pas de déformer la réalité du pays en vue d'attirer un plus grand nombre de touristes. Au contraire c'est un travail scientifique de mise en évidence du côté caché et fortement intéressant de la Tunisie qui doit être réalisé.

Ce travail permet :

- **d'intégrer le tourisme balnéaire et saharien:** les touristes en vacances balnéaires des centres touristiques de la Tunisie peuvent bénéficier d'une découverte optionnelle du Sahara : ce segment constitue l'entrée de touristes la plus importante. La possibilité d'une expérience unique par le biais de l'amélioration du produit touristique pourrait augmenter la valeur des vacances balnéaires et accroître le chiffre de ce segment.
- **d'attirer le troisième d'âge:** afin d'attirer plus des touristes au cours de la basse saison, il conviendrait de faire valoir le climat tempéré en hiver, tout particulièrement dans la région Sud, et notamment sur l'île de Djerba. Ce segment est en augmentation et présente un bon potentiel.
- **de diversifier le tourisme de circuits thématiques:** les touristes des pays de l'OCDE, notamment d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Asie de l'Est visitent déjà la Tunisie pour des circuits thématiques dans les domaines de l'archéologie et de la culture, effectuant en

²¹³ La cuisine tunisienne compte de nombreuses spécialités : les couscous, le riz djerbien (viande, foie et légumes), les mesfoufs, les poissons séchés et autres boissons typiques comme le "legmi" (sève de palmier).

²¹⁴ L'artisanat y est très diversifié. Notamment la poterie poreuse (gargoulettes, et jarres), la poterie vernissée (lampes à huile), le tissage (vêtements traditionnels, couvertures et tapis), la bijouterie, la natterie et autres vanneries.

moyenne un séjour de 10 à 14 jours et passant une ou deux nuits au Sahara. Ce segment du tourisme est en croissance et présente un bon potentiel.

- **d'attirer les touristes étrangers individuels:** les étudiants et chercheurs font également partie de cette catégorie. Certains d'entre eux effectuent des séjours plus longs que ceux qui choisissent les voyages organisés, mais ont tendance à dépenser moins par jour, du fait qu'ils ont des objectifs spécifiques et que leurs activités touristiques restent limitées. Cette niche pourrait contribuer au fonctionnement des hôtels en basse saison.
- **d'attirer les touristes de Week-end en provenance d'Europe occidentale:** ce marché des séjours courts prend de l'importance dans les marchés émetteurs et présente un bon potentiel. Mais la disponibilité des vols est un élément essentiel de la promotion de ce segment. On retrouve là le rôle stratégique des compagnies aériennes.

Ces solutions vont dans le sens de la Banque Mondiale (2002) qui suggère au gouvernement tunisien d'engager une mise à niveau du secteur et d'agir, à cette fin, sur plusieurs fronts : l'image du secteur, le zoning touristique, la formation, le professionnalisme, la promotion, l'environnement et la diversification du produit.

Après avoir déterminé les principales issues de sortie de crise, il est important de les recadrer dans un contexte plus général, celui du développement durable.

3.2-Les enjeux du tourisme tunisien aujourd'hui : vers un tourisme durable

L'amélioration de la qualité permettra de sortir du marasme le secteur touristique en Tunisie. Mais cette solution est de court terme. Il faut donc que le secteur touristique s'inscrive dans un cadre de développement durable. En effet, selon Chassande (2002) : "*Le développement durable doit prendre en compte le long terme ; le tourisme durable a besoin d'une vision à long terme et il doit se projeter sur une durée de dix à vingt ans*". Ce nouveau mode de développement présuppose une nouvelle gouvernance qui se donne pour objectif de moraliser l'industrie du tourisme en comblant ses lacunes ou en limitant ses effets négatifs. Pour cela, une réflexion en trois temps s'impose : tout d'abord définir la problématique de la durabilité du tourisme, c'est-à-dire d'exposer les bases d'un tourisme durable pour la Tunisie, ensuite étudier les moyens de sa mise en œuvre dans la région d'accueil et enfin, recourir à une évaluation économique et environnementale.

3.2.1- Le problème de la durabilité dans le tourisme et les bases d'un tourisme durable.

a. Problème de la durabilité

Pour comprendre la problématique de la durabilité du secteur touristique, il convient de définir d'abord le champ d'intervention de l'économiste. En effet, la nouvelle économie est la réponse au constat que l'économie actuelle n'est ni équitable, ni durable (Minvielle, 2006). Elle vise donc, d'une part, à préserver la terre et ses ressources, d'autre part, à assurer une meilleure répartition des richesses produites, enfin à préserver l'avenir des générations futures.

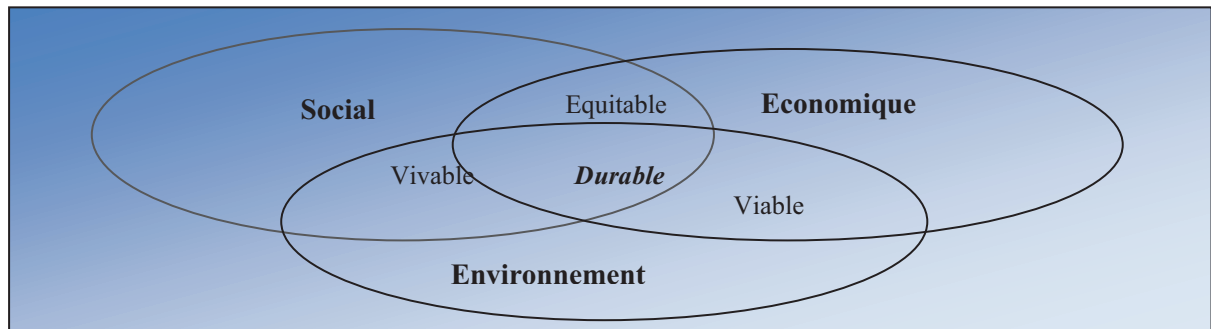
Notre premier constat est que le développement durable de l'économiste ne se construit pas en des termes identiques à ceux du sociologue, du géographe ou de l'écologue. Par bien des aspects, il se décline même en des termes souvent opposés, selon Minvielle (2006): "*Au-delà de ces approches sectorielles, le développement durable se décline généralement différemment suivant le niveau auquel on se situe : le développement durable d'une activité au niveau micro peut se faire, au niveau macro, aux dépens de celui du système global (et inversement)*". Le deuxième constat est que les principes de développement et les méthodes de gestion du tourisme durable sont applicables à toutes les formes de tourisme et tous les types de destination, y compris le tourisme de masse et les différents segments spécialisés.

Après avoir délimité le champ d'intervention de l'économiste et validé l'application du développement durable sur toutes les formes de tourisme, le tourisme de masse peut s'orienter tant vers les aspects économiques et socioculturels qu'environnementaux, mais avec l'objectif de déterminer le juste équilibre entre les trois dimensions pour garantir sa viabilité à long terme.

Thomas (2003, p. 5) définit l'objectif du tourisme durable à travers « *l'aire d'intersection des sphères sociétales, économique et environnementale* ». Ce nouveau modèle tente de concilier l'efficacité économique, le progrès social et la préservation des écosystèmes et d'établir un lien vertueux entre ces trois sphères. Il ajoute que : "*le mode de développement recherché est tout à la fois équitable, viable et vivable. On parle alors d'objectif "à triple dividendes", gagnant sur les trois plans. À l'inverse d'une démarche sectorielle, seule une approche globale permet d'appréhender de façon simultanée les trois dimensions en analysant leurs interactions. Afin d'identifier les interdépendances et d'éviter les contradictions, une nécessaire transversalité s'impose*".

Une représentation, aujourd'hui admise, désigne l'objectif d'un développement durable (cf. figure 29).

Figure 29. Les objectifs d'un développement durable



Source : Thomas (2003, p. 5).

Selon l'OMT (1999), le tourisme durable est : «*un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et de communautés d'accueil*».

Il découle que le tourisme durable doit, dans un premier temps, garantir des activités économiques viables à long terme en apportant à tous les acteurs des retombées socio-économiques équitablement réparties, notamment des possibilités d'emplois et de revenus stables, des services sociaux aux communautés d'accueil, et en contribuant à la lutte contre la pauvreté. Ensuite, il doit respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, conserver leur patrimoine culturel bâti et vivant ainsi que leurs valeurs traditionnelles et contribuer à la tolérance et à la compréhension interculturelles ; et enfin, faire un usage optimal des ressources environnementales qui sont un élément clé du développement du tourisme, en préservant les processus écologiques essentiels et en contribuant à la conservation des ressources naturelles et de la biodiversité.

En somme, le développement durable appliqué au tourisme est celui qui équilibre l'économique, le social et l'humain, ainsi que l'utilisation des ressources. Pour Sen (2000), l'existence de «biens publics» justifie que l'on se situe au-delà du mécanisme de marché. Il ne s'agit pas de considérer les investisseurs privés comme des destructeurs des milieux naturels et socioculturels, mais plutôt d'analyser, voire de rediriger l'efficacité du secteur privé dans le sens de politiques économiques pérennes ou soutenables. Cependant, la réflexion

scientifique sur le tourisme reste, aujourd'hui, principalement quantitative, ce qui demande une nouvelle vision qualitative et notamment dans le cadre du développement durable.

Les interrogations du développement du tourisme tunisien nécessitent de proposer une piste de réflexion, en suggérant une modification en profondeur des pratiques dans le domaine du tourisme. Dans cette nouvelle lecture, il s'agit d'exposer les bases d'un tourisme durable susceptible de générer des ressources spécifiques et d'harmoniser les impératifs économiques avec la sauvegarde des patrimoines culturels et naturels.

b. Les bases d'un tourisme durable pour la Tunisie

• Au niveau économique

Le tourisme durable implique l'amélioration de la compétitivité des entreprises. Cela concerne directement l'hôtellerie et la restauration, les organisateurs de voyages et séjours, les agences de voyages, les sociétés gérant des attractions touristiques. Cela concerne également les sociétés de transport, les commerces et les services d'accueil, d'information et d'assistance dont bénéficient les touristes.

Nous mettrons l'accent dans cette analyse sur le secteur hôtelier qui représente l'activité principale du secteur touristique tunisien.

La compétitivité du secteur hôtelier devrait se baser sur la différenciation et la maîtrise des coûts.

- Au niveau de la différenciation

Ces entreprises devraient adopter une stratégie de différenciation qui consiste en la «recherche, dans chacun des domaines d'activités dans lesquels l'entreprise est présente, de la construction d'un avantage concurrentiel déterminant, c'est-à-dire décisif, durable et défendable» (Strategor, 1991). Cette stratégie a donc pour objectif d'assurer la pérennité de l'entreprise, de maintenir un avantage concurrentiel et de préparer l'avenir.

Ce tableau montre les différentes stratégies possibles pour une entreprise. Dans le cas de la Tunisie²¹⁷, seule la stratégie de différenciation combinée à celle des coûts (voir ci-dessous) semble optimale pour résoudre les problèmes diagnostiqués du tourisme tunisien. Pour Porter (1990): « Une firme peut posséder deux types d'avantages concurrentiels : par les coûts ou par la différenciation ».

²¹⁷ Nous pouvons prendre l'exemple de Groupes tels que : Aziz Miled, Agence de voyage TTS, Compagnie aérienne Nouvel Air, Phénicia, Sahara Beach Jerba.

Tableau 60. Les différentes stratégies du secteur hôtelier

Les différentes stratégies	Les arguments	Explication
Intégration verticale (éviter les intermédiaires) ²¹⁹	Le coût	Un réseau propre intégré ou en franchise est jugé moins onéreux.
	La trésorerie	Les gains des TO résident en partie dans leur trésorerie nette positive : le client paye son voyage à l'avance, consomme des prestations et l'entreprise paye les prestations de services ensuite. Lorsque le TO dispose de son propre réseau, les sommes versées par le client entrent directement dans ses caisses, ce qui lui permet de disposer de liquidités pour développer, étendre son réseau, et en tout cas, ne pas payer des frais financiers.
	Contrôler et maîtriser la vente et le produit, connaître ses clients	C'est un moyen d'améliorer l'offre commerciale et la qualité de service
Concentration horizontale (les stratégies des chaînes hôtelières : intégrées ou volontaires)	Phénomène de chaîne : proposer un produit standard à un prix identique	L'objectif est de favoriser la fidélisation des clients en leur proposant les mêmes produits et services sur l'ensemble du territoire et à l'étranger. Pour être efficace, cette stratégie nécessite une taille importante pour atteindre une densité suffisante à l'échelle d'un pays (plus le nombre d'hôtels appartenant à la chaîne est élevé, plus l'effet de chaîne est efficace). Cette concentration horizontale, crée des effets pervers qui interviennent au niveau local. La volonté d'expansion pousse les chaînes hôtelières à créer des hôtels sur des sites où la capacité en chambres répond déjà à la demande. D'où des phénomènes de surcapacité hôtelière.
Stratégie de domination par les coûts	Maîtrise des coûts bas : utilise l'effet d'expérience et d'échelle pour assurer une compétitivité durable	Cette stratégie a pour objectif de faire baisser les prix de vente pour conquérir des parts de marché. (D<O). Elle concerne notamment des sous-secteurs touristiques : le transport aérien et l'hôtellerie. C'est une stratégie de croissance pour les nouveaux entrants qui privilégient le gain de parts de marché sur l'exigence de rentabilité.
Stratégie de différenciation (solutions pour s'en sortir)	L'identification d'un vecteur de croissance : utilisation des nouvelles missions et de nouveaux produits.	Pour pénétrer un nouveau marché, les entreprises doivent se diversifier : changer de métier et/ou de clients dans l'espoir d'accroître les performances de l'entreprise.

Source : Recherche personnelle.

- Au niveau des coûts

Pour ce qui est de la compétitivité des coûts, il s'agit d'abord de la qualité de la formation du personnel hôtelier (d'où la nécessité d'investir dans ce domaine). Ensuite, de la mise en place d'une stratégie de concentration (alliance, centrale d'achat...). En effet, la taille constitue un avantage comparatif dans le secteur hôtelier dans la mesure où elle tend à réduire

²¹⁹ Le développement des autres formes de distribution (téléphone, Minitel, Internet, etc) vise toujours à éviter les intermédiaires. Pour un hôtelier, le but est de développer sa clientèle grâce à un tour-opérateur puis de faire revenir les touristes en direct. Cette situation est source de tension, de confusion et de perte de crédibilité.

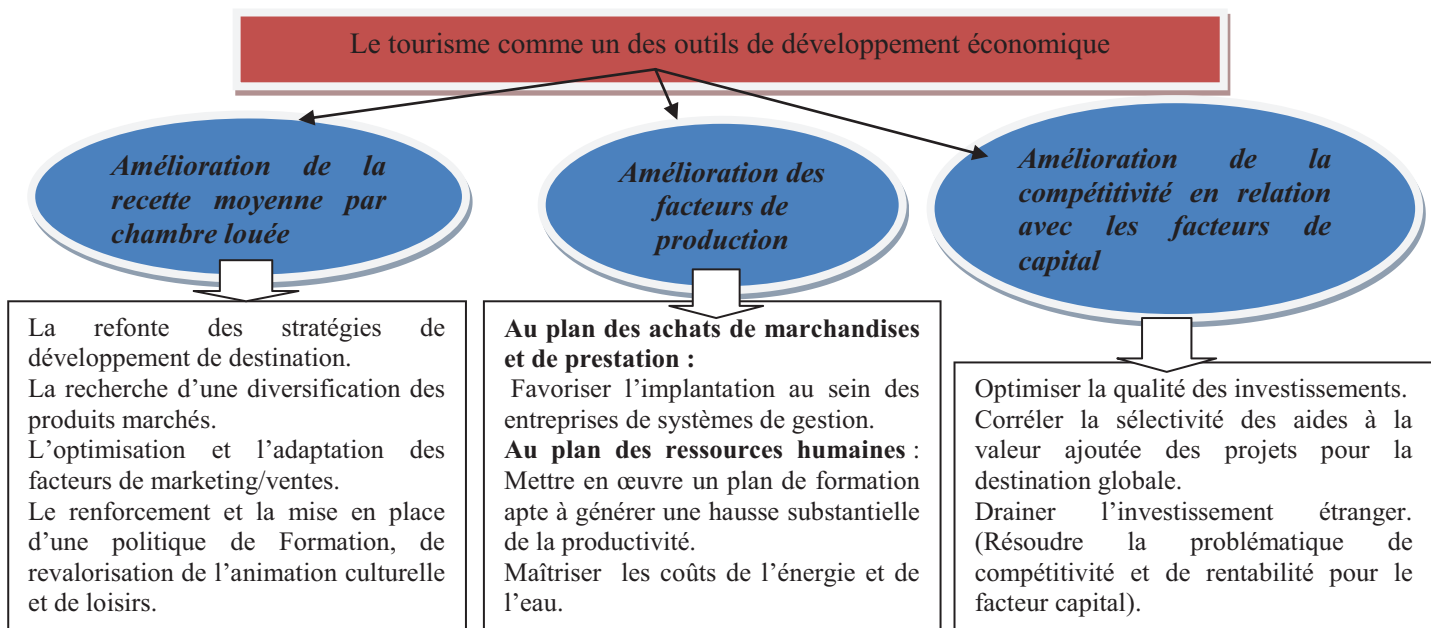
les déséquilibres du rapport de force dans les négociations avec les tour-opérateurs. Des investigations que nous avons pu entreprendre, il ressort que la taille permet d'améliorer les taux de remplissage et d'obtenir une meilleure négociation des tarifs. La taille permet ainsi non seulement des économies d'échelle en matière d'approvisionnements (nourritures, boissons,...), mais encore la création d'unités de service commun (buanderie..). La taille autorise enfin le recrutement d'un personnel d'encadrement plus nombreux et plus qualifié de même que l'introduction des nouvelles technologies (résultant de l'effet d'expérience des économies d'échelle).

Cependant, l'efficacité économique accrue qu'autorise la taille ne veut pas forcément dire que la constitution de chaînes hôtelières soit le seul modèle économique viable. En effet, des avantages similaires peuvent être procurés par la constitution de centrales d'achat regroupant plusieurs unités de taille réduite ainsi que par la conclusion d'alliances commerciales qui permet à ces unités de tailles réduites de se présenter en front uni face aux tours opérateurs.

On constate alors que la stratégie de différenciation permet de préparer l'avenir dans un contexte économique incertain, où l'entreprise doit se montrer flexible et réactive pour rester concurrentielle et capable d'intégrer d'autres variables. Concernant la pérennité, l'entreprise doit passer par le développement des marchés et l'amélioration de la rentabilité des activités. L'avantage concurrentiel sur lequel repose la pérennité de l'entreprise peut prendre la forme d'un meilleur fonctionnement de la firme à moindre coût ou l'acceptation par le marché d'un produit spécifique. Au niveau de l'intégration des autres facteurs, ce sont aujourd'hui la dynamique macroéconomique, la technologie, le système de gouvernement et l'écologie qui retiennent l'attention (JICA, 2001).

Ces trois stratégies (la différenciation, la maîtrise de coût et l'intégration d'autres facteurs) permettent d'améliorer la qualité et de proposer des prix élevés tout en restant concurrentiel. Cela a pour conséquence l'amélioration de la recette, des facteurs de production ainsi que la compétitivité en relation avec les facteurs de capital. Ces derniers peuvent être résumés dans le schéma suivant :

Figure 30. Schéma de développement économique



Source : Conception et réalisation personnelle.

• **Au niveau social**

L'objectif du développement durable est aussi de maximiser les réponses aux attentes de la population (impacts positifs) liées au tourisme et de minimiser les effets négatifs qui en découlent actuellement²²⁰ (Milman et Pizman, 1993). En Tunisie, l'impact social du tourisme devrait se traduire par davantage de création d'emplois, par une amélioration des modes de vie et par une meilleure sensibilisation à la culture.

- Création et sécurité de l'emploi

Les créations d'emplois directement liées aux activités touristiques devraient être sécurisées en attirant davantage de touristes pendant les basses et moyennes saisons. Etant donné que l'intérieur du pays offre peu industries prometteuses, les bénéfices du développement touristique devraient aller aux régions peu aidées jusqu'à présent, comme celles du sud, notamment de Tozeur et de Matmata.

²²⁰ Les changements dans les systèmes de valeurs, dans les comportements individuels et les rapports familiaux et dans les styles de vie collective.

- Amélioration des conditions de vie

L'amélioration des infrastructures, notamment routières mais aussi sanitaires et énergétiques, continuera également à valoriser la vie dans les régions éloignées et à éviter les embouteillages dans les principaux centres villes. La construction de parkings rendra également la circulation plus fluide autour des médinas (notamment à Tunis, Hammamet et Sousse) et facilitera le quotidien des populations (réduction des accidents et des pollutions acoustiques et atmosphériques).

Une meilleure gestion des déchets solides dans les «médinas» et certaines régions de l'intérieur du pays aura non seulement des répercussions sur l'environnement, mais également dans le domaine social.

- Sensibilisation culturelle

La création d'attractions symboliques et la diversification des produits se concentre sur le développement de l'aspect culturel du tourisme, notamment les cultures religieuse²²¹, saharienne²²² et berbère, avec des conséquences positives sur la culture et les traditions tunisiennes en offrant la possibilité de les préserver et de les promouvoir par le biais d'une gestion et d'une présentation appropriées. Le tourisme culturel permettra également d'augmenter les échanges entre les populations locales et les touristes, tout particulièrement dans les villages du Sud, apportant ainsi une plus grande reconnaissance de la culture et des traditions tunisiennes dans le monde et débouchant sur une plus grande fierté des populations locales.

Ces mesures permettront d'obtenir un environnement touristique agréable et d'améliorer les conditions de vie des populations locales.

• **Au niveau environnemental**

En ce qui concerne l'environnement, le tourisme doit associer les notions de durée et de pérennité des ressources naturelles (eau, air, sols, diversité biologique...).

²²¹ L'islam, le judaïsme et le christianisme.

²²² Exemple de la palmeraie de Tozeur dans le sud tunisien (une des oasis les plus célèbres du monde, irriguée par 200 sources). Elle abrite une splendide palmeraie de plus de 1 000 ha, qui ne compte pas moins de 400 000 arbres.).

En Tunisie, les principaux problèmes qui menacent la durabilité du tourisme concernent l'eau et la pollution marine, notamment au Sud du pays. Ces deux difficultés ne sauraient se réduire à une politique environnementale.

- Le problème de l'eau

Le développement rapide du secteur touristique y a exercé de fortes pressions sur les sources hydrauliques locales et notamment dans le sud du pays (le cas de Djerba et Tozeur). Selon la SONEDE (2005), la consommation en eau de la zone touristique correspond à environ 70% de la consommation totale du pays. De nombreuses raisons expliquent cette consommation de l'hôtellerie en eau, notamment le fait que la consommation de l'eau fait partie du contrat « all inclusive ». Elle pourrait néanmoins être réduite si elle était mieux gérée.

Le gouvernement devrait mener une politique structurelle d'économie de l'eau. Cette dernière pourrait s'articuler autour de deux axes principaux : l'application d'une tarification de la consommation progressivement dissuasive et des campagnes de sensibilisation à l'économie d'eau. L'État devrait également inciter les hôteliers à procéder au dessalement de l'eau. Il s'agirait pour ces derniers de récupérer l'eau de pluie et d'en assurer une gestion responsable. Les opérations d'épuration et de recyclage pourraient alors être envisagées au niveau de chaque unité ou groupe d'unités hôtelières.

- Pollution marine

Pour la Tunisie, le tourisme est certes l'une des causes de la pollution de la mer et de son littoral (très urbanisé en raison de la forte variation saisonnière de la population littorale), mais n'est pas le principal pollueur. En revanche le tourisme, pour sa pérennité, a tout intérêt à protéger la mer et le littoral. L'environnement naturel est son support.

En Tunisie, la situation du golfe de Gabès reste préoccupante avec en particulier les rejets liés à l'industrie des phosphates²²³. Les études menées dans le golfe par le Ministère de l'Environnement et du Développement Durable ont permis d'observer des signaux indicateurs

²²³ Les usines de traitement des phosphates de la zone de Gabès sont installées depuis 1972. Aujourd'hui le golfe subit de très fortes contraintes liées aux activités entropiques et surtout à la forte industrialisation dans les zones de Sfax (partie nord du golfe) et de Gabès (partie centrale). La pollution marine et le phosphogypse déversé par les usines d'acide phosphorique et d'engrais chimiques de Sfax, Skhira et Ghannouch, menacent les deux principales activités de l'économie de cette zone (le tourisme et la pêche).

de menaces environnementales, notamment la détérioration des herbiers et de la faune associée, et plus récemment l'apparition fréquente des eaux colorées.

Le problème des rejets d'eaux usées dans le golfe de Gabès peut constituer à long terme la cause d'une menace sérieuse sur la qualité des eaux de mer de la zone touristique Djerba Zarzis.

D'ailleurs, il faut noter que la pollution des milieux côtiers et marins peut être causée par d'autres sources, comme le rejet des eaux usées domestiques et industrielles dans les zones proches des grands pôles touristiques, le drainage agricole, le drainage pluvial de grandes zones urbaines touristiques, ainsi que les menaces liées aux décharges de déchets solides et à la pollution atmosphérique.

Par ailleurs, l'importance du trafic au large des côtes tunisiennes (exportations du brut tunisien, exportations libyenne vers la Méditerranée occidentale...) et la découverte de pétrole dans le golfe de Gabès et aussi sur les côtes de Djerba sont à l'origine de la formation de dépôts de goudron en différents points de la côte. Cette pollution croissante de la mer est sans doute l'un des facteurs de la diminution du sable dans la région de Djerba-Zarzis (Miossec, Paskoff, 1979).

La pollution marine pourrait avoir comme conséquence néfaste l'interdiction de la baignade dans certaines zones touristiques. D'où la nécessité pour les pouvoirs publics tunisiens d'intervenir en la matière par la mise en place d'une politique de lutte contre ce type de pollution.

Ces objectifs (économiques, sociaux et environnementaux) ne seront atteints que si les régions d'accueil disposent de plus d'autonomie pour gérer l'activité touristique et de moyens suffisants pour mettre en œuvre un développement durable. Selon Zaoual (2000) : « *Si l'on décide d'opter pour un tourisme durable, il faut accepter la complexité de la réalité, prendre en considération tous les éléments composant le territoire touristique, tenir compte de la grande variété des sociétés humaines* ». Ainsi, il serait préférable d'adapter les politiques à l'extrême variété des sites en prenant en considération le milieu, la diversité des populations et les cultures.

3.2.2-Les moyens de mise en œuvre du développement durable au profit de la région d'accueil

Selon la charte européenne du tourisme durable (1997) : « *le tourisme durable n'est pas un produit, ni une nouvelle façon de vendre une activité ou un pays ; mais c'est un*

processus, un mode de développement qui dépend de facteurs globaux et locaux, puisqu'il veut s'adapter aux territoires et aux populations locales dans sa mise en œuvre et dans ses retombées ».

Le concept de développement durable doit être appliqué dans le cadre de la planification touristique, notamment du point de vue régional en prenant en compte toutes les spécificités de la région d'accueil et l'intervention d'autres acteurs.

a. La territorialisation et la diversification

Chaque territoire a son tourisme propre et a besoin de connaître ses atouts pour se diversifier. L'enrichissement de l'offre balnéaire n'a certes pas permis de développer une mobilité "touristico-patrimoniale". Même si elle a aidé au développement du pays, elle ne met pas suffisamment les territoires en valeur. C'est en effet au patrimoine (naturel et culturel) de jouer le rôle de moteur de développement du tourisme régional par le biais d'une diversification des produits de la destination.

Pour cela, s'impose :

- la mise en place d'une stratégie de différenciation touristique par la valorisation de l'espace grâce à une approche touristique identitaire des territoires ;
- l'étude de la faisabilité de la labellisation «made in Tunisia» ou «Hannibal Carthage»;
- l'organisation des territoires autour de «projets de destination».

Par ailleurs, il ne faut plus se suffire de «clichés» préétablis pour impressionner un touriste désormais plus à la recherche d'authenticité que d'image surfaite. Dans ce sens, un travail de recherche de sauvegarde doit être entrepris pour l'ensemble du pays, car chaque région a des spécificités qui en font un produit touristique potentiel.

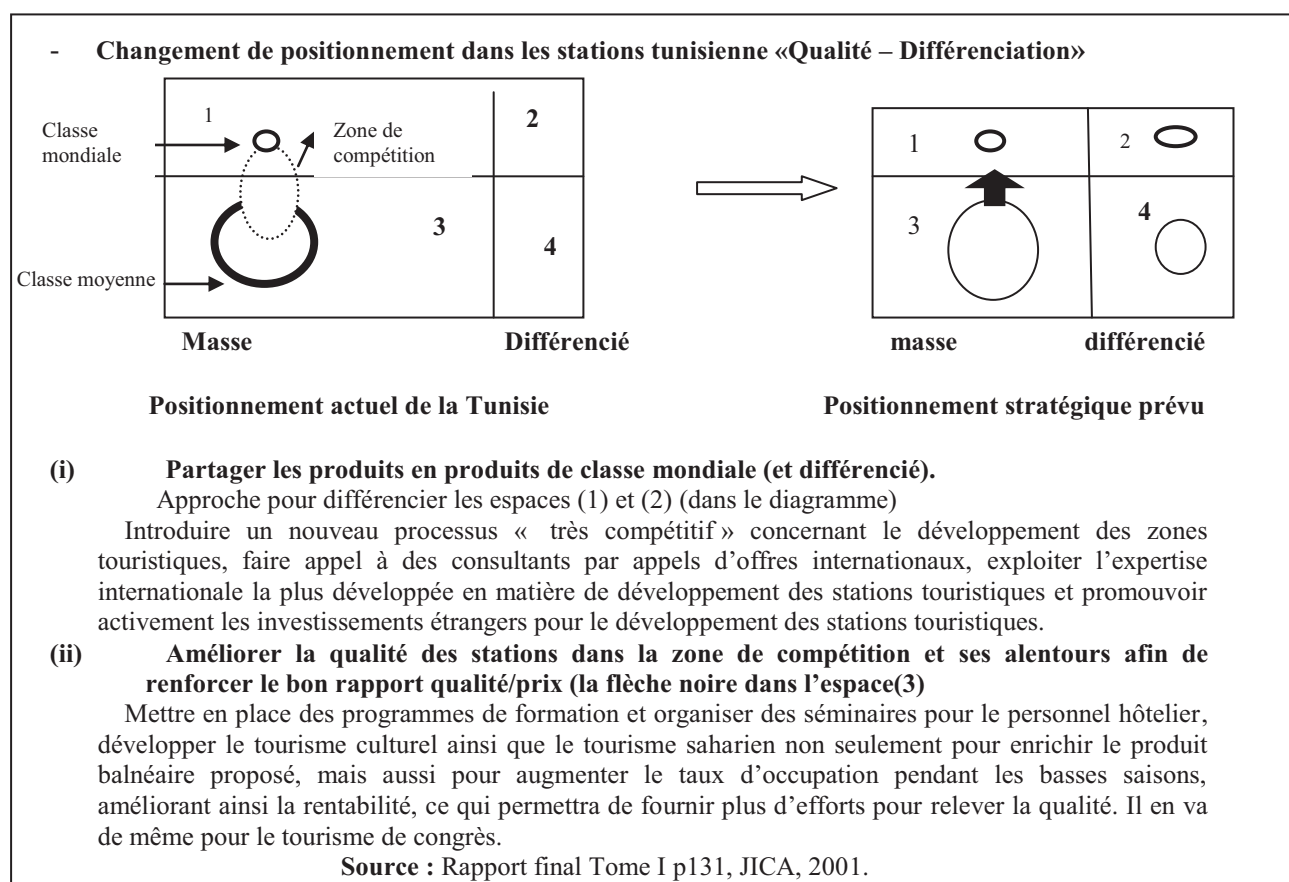
Toutefois, il faut se garder de déformer la réalité du pays en vue d'attirer un plus grand nombre de touristes. Bien au contraire, c'est un travail scientifique (méthodologique) de mise en valeur du patrimoine (naturel et culturel) de la Tunisie qui doit être entrepris.

Il nous semble qu'une stratégie pertinente permettant l'adéquation entre amélioration de la compétitivité du produit balnéaire et respect du patrimoine, reposerait sur la création d'un label de qualité culturel et environnemental. Pour ce faire, il conviendrait de :

- diversifier l'image du produit balnéaire. Il semble en effet qu'il existe un décalage entre les attentes des clientèles en matière de produits offerts et leur perception de la destination une fois sur place : elles découvrent un pays hospitalier, à la fois riche en coutumes et traditions locales.
- agrémenter la destination par des activités complémentaires (golf, thalassothérapie, équitation, visites de sites culturels, etc.) enrichissant le produit balnéaire. Cet élargissement de l'offre se ferait à la marge, mais « *c'est à la marge que se fait la différenciation entre les destinations balnéaires* » (JICA, 2001);
- Développer la promotion et la réalisation d'activité, liées au patrimoine culturel et naturel de la Tunisie. Il peut s'agir par exemple de la mise en place de circuits d'animation ou de visites historique, etc.

Cette stratégie permet d'attirer des clients de classe mondiale comme le montre le schéma suivant :

Figure 31. Les avantages du changement de positionnement dans les stations balnéaires



b. Intervention d'autres acteurs

Le saut qualitatif envisagé du produit touristique tunisien nécessite l'entrée de nouveaux acteurs, ainsi que le développement de partenariats entre les secteurs public et privé.

- Rôle de la Fédération Tunisienne des Hôteliers et des Agences de Voyages

Le principal client est l'Europe ; ceci est attesté clairement par les statistiques. Mais il ne faut pas oublier le client potentiel qu'est le touriste tunisien. En effet, le tourisme local doit s'inscrire dans la stratégie touristique globale (en lien avec l'amélioration du niveau de vie des tunisiens et la démocratisation du transport individuel et ne plus être perçu uniquement comme un palliatif (cf. les tableaux ci-après).

Tableau 61. Amélioration de niveau de vie des tunisiens

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Moyenne du revenu individuel annuel (DT)	2987.8	3092.0	3299.7	3576.2	3737.3	4063.8

Source : Ministère de développement et de coopération internationale.

Tableau 62. Part des ménages ayant une voiture (en %)

Année	1984	1989	1994	1999	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Nombre de ménages ayant une voiture	1273	1458.1	1704.8	1944.3	1999.2	2048.7	2091	2137.6	2185.8	2291	2344
Part des ménages ayant une voiture (%)	9.5	11	15.7	17.2	17.8	18.2	18.8	21	20.2	20.1	19.9

Source : INS (2008).

Actuellement, le tourisme intérieur occupe la 5^{ème} place au niveau des nuitées en Tunisie (**8%** des nuitées globales). L'objectif et l'ambition sont de porter ce taux à **15%**, dans les années qui viennent. Pour atteindre ce résultat, il faut étudier le comportement du touriste local afin de lui proposer des produits qui répondent à ses désirs et il faut surtout que les hôteliers fournissent un effort pour détruire l'image négative que le client tunisien a du séjour dans une unité touristique nationale (mauvaise qualité des services et de l'accueil, préférence pour le touriste étranger...).

Si les résidents pouvaient bénéficier des prix réservés aux agences de voyages, le tourisme interne pourrait fournir un potentiel-clients important, qui permet à l'hôtellerie de fonctionner

en hiver et en intersaison. Thermalisme, chasse archéologie, détente avec animation appropriée en bord de mer ou en forêts, tournois seraient autant de motivations pour cette forme de tourisme.

Il faudrait profiter de ce que les périodes de vacances scolaires en Tunisie ne coïncident pas avec celles des pays développés pour inciter les résidents à mieux connaître le pays. À cet effet, et dans le but de contribuer à la réalisation de ce projet et d'enrichir l'inventaire du produit «hôtel» sur Amadeus (Centrale de réservation hôtelière tunisienne), les responsables de tous les établissements hôteliers sont instamment priés de s'associer à cette initiative par :

- **Tarif** : l'octroi des tarifs attractifs aux consommateurs tunisiens, facteur déterminant pour le développement du tourisme intérieur.
- **Allotements** : l'allocation d'allotements spécifiques en faveur des «touristes tunisiens» en adéquation avec la saisonnalité, surtout en période estivale.

La mise en exécution de ce projet devrait être incessamment concrétisée par une «convention cadre» liant les deux partenaires Fédération Tunisienne des Agences de Voyages (FTAV) et la Fédération tunisienne des hôteliers (FTH). Ce nouvel outil permettra aux tunisiens, par le biais des agences de voyage, de réserver leurs vacances, de les payer d'avance et à des prix moins chers que d'habitude.

- **Rôle de la coopération internationale**

Les activités des agences internationales, des bailleurs de fonds et agences de coopération bilatérales soutenant le tourisme en Tunisie sont très limitées. Certaines agences de développement sont directement impliquées pour améliorer la gestion et la présentation des ressources culturelles de la Tunisie et soutiennent, de ce fait, indirectement le secteur du tourisme en améliorant son offre. Ainsi, la commission européenne, à travers le programme MEDA participe à la restauration et à la revalorisation de plusieurs sites historiques²²⁵.

La Banque mondiale, via le Projet de Gestion et de Valorisation du Patrimoine Culturel, finance une étude ayant pour objet d'analyser les ressources culturelles du pays, afin d'en améliorer la gestion (sélection et financement de sites spécifiques). La coopération française se concentre ces dernières années sur la formation des compétences dans le domaine du tourisme. Plusieurs actions sont liées à la gestion des ressources culturelles et du patrimoine.

²²⁵Ce programme a permis le développement d'une dizaine de circuits destinés à présenter des aspects de l'histoire et de la culture tunisienne.

L'assistance allemande participe à la valorisation de sites archéologiques et de musées. Elle a aussi contribué à l'étude de la stratégie de développement du littoral et de parcs nationaux et de musées écologiques.

- **Sensibiliser la population à l'importance du tourisme dans le pays**

Des efforts sont à développer *via* l'enseignement pour une ouverture sur d'autres cultures et d'autres langues, mais aussi par la mise en valeur du patrimoine culturel et sa nécessaire préservation. Les visites scolaires des sites touristiques sont à encourager, démystifiant ainsi l'activité touristique, et sensibilisant dès le plus jeune âge à l'histoire du pays et à sa diversité culturelle.

- **Création d'un Réseau Techno- Economique (RTE)**

Dans la même optique (intervention d'acteurs en vue de la durabilité du secteur), la création d'un RTE s'avère pertinente. Selon Callon (1991) : *«Le RTE coordonne l'ensemble d'acteurs hétérogènes (laboratoires publics, centres de recherche, entreprises, organismes financiers, usagers et pouvoirs publics) qui participent à la conception, à l'élaboration, à la production, et à la distribution-diffusion de procédés de production, de biens et services dont certains font l'objet d'une transaction marchande »*. Les RTE peuvent donner une vision dynamique du territoire et de ses atouts au sein de son environnement global. En effet, la notion de réseau nous a permis d'identifier les conditions de réalisation d'un projet local. Elle constitue donc potentiellement un outil pertinent des dynamiques territoriales. Le patrimoine *« peut donc représenter une force pour être acteur au sein du réseau, car il donne une identité au territoire, en assurant la cohésion nécessaire à l'interaction entre les pôles »*.

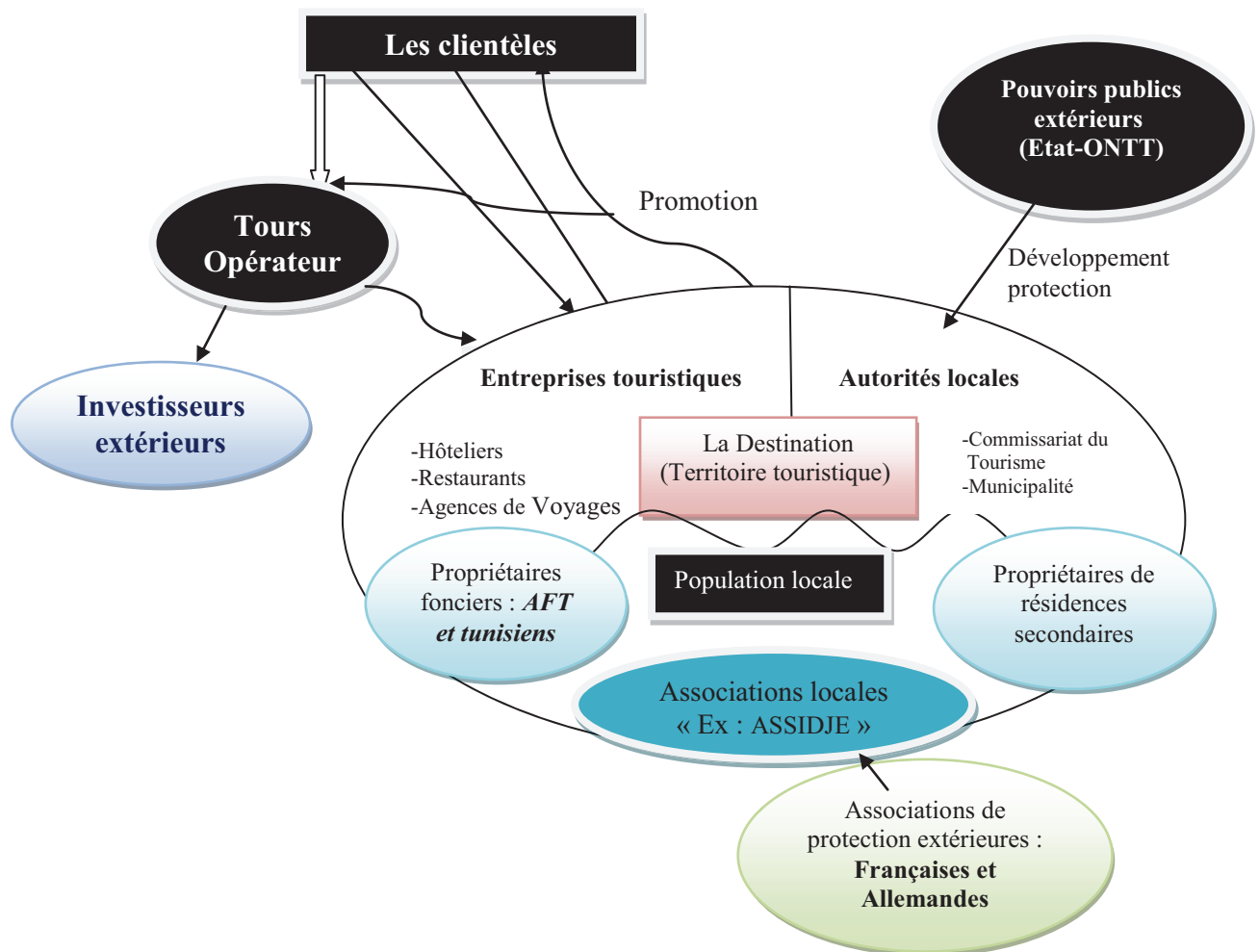
La présence de ces trois pôles : le pôle technique est basé sur le savoir-faire local, le pôle scientifique sur l'appropriation active du concept du PEP (pôle d'Economie du patrimoine) par le territoire, le pôle du marché par les gens de tourisme.

En ce qui concerne les solutions pour que le tourisme reste un axe de développement pour la Tunisie, on peut dire que le renouvellement en profondeur de l'image de cette industrie sur les marchés émetteurs devient impératif pour permettre à ce secteur de s'autonomiser et de jouer son rôle pleinement dans le développement économique du pays. Selon Neffati (2004) : *« L'image devient un facteur crucial dans le choix d'une destination. L'intégration des sites touristiques, la mise en avant de la culture, des traditions et du*

patrimoine permettent une réduction de l'incertitude et une meilleure appréhension de ce secteur par la population locale ».

À travers cette analyse de l'intervention d'autres acteurs, il nous est possible d'envisager un système touristique assurant la durabilité du secteur comme il l'a été proposé par le plan Bleu (1998) (cf. figure 32). Mais pour que ce travail soit accompli, il devra être nécessairement suivi d'une évaluation économique et environnementale.

Figure 32. Définir un système touristique pour la Tunisie



Source: Plan Bleu (1998), réalisation personnelle.

3.3- Le recours nécessaire à une évaluation économique et environnementale

L'émergence du concept de développement durable et l'importance donnée à la région ont par ailleurs relancé la critique scientifique sur les impacts du tourisme (Thomas, 2003). En effet, sur le plan économique, la critique s'appuie sur une analyse plus microéconomique que macroéconomique²²⁷ et traite de l'impact du tourisme à des niveaux sub-nationaux. Sur les plans écologique et sociologique, la critique s'appuie sur la méthode économique la plus appropriée à la région d'accueil dégradée (méthode d'évaluation contingente, méthode hédoniste...). Pour cela, on essaye dans un premier temps d'analyser les limites des méthodes d'évaluation économique (coût-bénéfice et étude d'impact), en prenant l'exemple de l'activité touristique en Tunisie. Dans un deuxième temps, nous discutons du modèle de tourisme durable proposé par Briquet (2009) afin de dégager une nouvelle approche pour l'évaluation d'une région.

3.3.1- Les limites des méthodes d'évaluation de l'activité touristique

a. Méthode d'Analyse Coûts-Bénéfices (ACB)

Selon Prigent (2001, p. 161), l'ACB recommande de mesurer simultanément les avantages et les coûts en termes monétaires. De ce fait, les deux termes d'analyse sont comparables l'un à l'autre. Le calcul de la différence des flux financiers actualisés donne un indicateur synthétique d'aide à la décision: la Valeur Actualisée Nette (VAN). Un projet n'est entrepris que si la VAN est positive. S'il faut décider entre plusieurs projets, le choix repose sur le ratio VAN/Investissement actualisé (Desaigues et Point, 1993).

Si la méthode coûts-bénéfices apparaît importante dans l'analyse économique pour le choix des politiques les plus efficaces dans une perspective de bien-être social (car prenant généralement en compte aussi bien les valeurs monétaires que non monétaires) (Thomas, 2003, p.182), elle n'en demeure pas moins contingente car elle oblige à afficher une estimation monétaire de tous les inconvénients et de toutes les satisfactions tirées des politiques analysées (Prigent 2001, p.162).

²²⁷ L'évolution d'une focalisation macro vers une focalisation micro-économique (davantage centrée sur les personnes et leur responsabilisation) et l'évolution du concept de croissance (dont l'indicateur est le PIB) vers ceux de durabilité, de qualité de vie, de relations sociales, de protection de l'environnement (indicateur de bien-être économique d'Osberg et Sharpe, approche de Putnam, etc..).

Par ailleurs, l'exactitude des résultats dépend de l'estimation des coûts et bénéfices, pas toujours aisée à réaliser comme cela a été mis en avant dans le domaine de transport (Bent Flyvberg et al, 2005). Des études comparatives²²⁸ indiquent que de telles inexactitudes se retrouvent aussi dans le secteur touristique.

Néanmoins, ces études peuvent se révéler trompeuses : leur inexactitude représente un risque substantiel dans la planification, car, par leur ampleur, elle peut conduire à des décisions totalement inefficaces, comme Pareto et Kaldor-Hicks l'ont déjà démontré dans leurs travaux sur l'optimalité (Jacquemin et Tulkens, 1996). Ces résultats inexacts ne doivent pas nous surprendre, puisque de telles estimations:

- s'appuient beaucoup sur le passé, notamment sur d'anciens projets (souvent bien différents par leur fonction ou leur ampleur et aussi certainement par le niveau de compétences de l'équipe);
- intègrent souvent le coût monétaire des éléments intangibles.

b. Méthode de l'impact économique

Cette méthode consiste à déterminer les impacts des actions mises en œuvre, qu'ils soient favorables ou défavorables. À la différence de l'analyse « coûts-avantages » les impacts peuvent être mesurés dans des grandeurs non monétaires (même si l'unité monétaire n'est pas proscrite). L'objectif qui détermine le recensement des gains et des pertes est rarement clair et il risque de provoquer une comptabilisation double. De plus, l'étude d'impact nécessite l'application d'aucune règle d'agrégation, ce qui signifie que les décisions sont prises d'après une matrice d'impacts. L'étude d'impact permet cependant de reconnaître explicitement des objectifs autres que l'efficacité économique. Certaines études d'impact complètent les informations rassemblées par une analyse «coûts-avantages».

L'étude d'impact met l'accent sur l'utilisation des ressources pour et par la société, la stabilité des prix et de la production, les échanges extérieurs, les rapports d'échange entre nations et finalement la croissance économique de long terme (Thomas 2003, p. 131).

L'analyse de l'impact économique mesure donc les bénéfices des transactions du marché par les effets successifs, et elle se focalise sur la distribution régionale des revenus, et non sur

²²⁸ Une analyse coût bénéfice a été menée afin d'évaluer quantitativement les impacts économiques de la mise en œuvre du plan national. Bien que cette analyse puisse comporter une grande incertitude essentiellement due à l'absence de relations quantitatives entre la mise en œuvre du plan national et l'augmentation des arrivées de visiteurs étrangers (JICA, 2001, p. 236).

l'efficience économique. Cette chaîne des effets est appelée « effet multiplicateur » des dépenses touristiques (Thomas 2003, p. 178).

c. Limite des méthodes

L'évaluation des retombées du tourisme au travers des gains en échanges extérieurs ou de la contribution aux revenus des gouvernements ne peut refléter le poids du tourisme sur l'espace (Thomas, 2003, p. 131). Le développement d'une telle stratégie à des fins touristiques suppose de prendre en compte plusieurs variables qui n'apparaissent pas dans les analyses macroéconomiques (exemple la Valeur ajoutée).

En Tunisie, le fait d'établir les prévisions des recettes du tourisme en se basant principalement sur les indicateurs à connotation physique (arrivées de visiteurs, nuitées de visiteurs) n'est pas convenable pour prévoir le développement du tourisme tunisien au cours des prochaines années. Ceci risque d'inciter le secteur à se concentrer sur une stratégie d'extension de la capacité et à accorder peu d'attention à la qualité. Ceci pourrait affaiblir la compétitivité du secteur sur le marché international, conséquence apparemment indésirable pour l'économie à long terme.

La plupart des décideurs conviennent aujourd'hui que la prise de décision dans le processus de développement nécessite de prendre en compte de nombreux paramètres statistiques montrant ainsi le rôle primordial de la qualité (Commission Européenne, 2009).

Dans ce sens, les enquêtes existantes au niveau de ce secteur permettent de disposer de chiffres sur l'activité touristique.

Cependant, la disponibilité actuelle de statistiques du tourisme ne permet pas de saisir le phénomène économique du tourisme dans son ensemble et n'autorise pas une approche fine de l'ensemble des activités touristiques. En effet, l'information statistique existante ne couvre pas tout le secteur touristique et reste focalisée sur l'hébergement et les flux de touristes; le reste de l'activité touristique (restaurant, équipement, activités de loisir, etc.), de par sa nature plus diffuse et non strictement touristique, n'est actuellement pas couvert par les statistiques car la collecte d'une information plus complète est complexe, voire impossible sans une identification précise et documentée de l'activité touristique.

De plus, la connaissance statistique est encore plus limitée²²⁹ du fait de la part informelle et non marchande de l'activité touristique en Tunisie²³⁰, même si celle-ci reste minoritaire (Commission Européenne 2009, p. 30).

3.3.2- À la recherche d'une nouvelle méthode

Pour faire face à la limite des méthodes dans l'élaboration du plan de développement, il est possible aujourd'hui, dans le cadre d'une étude d'évaluation d'une région, d'assurer un développement durable du secteur touristique en trouvant un compromis entre la maximisation des revenus du tourisme et la protection de l'environnement.

a. Les objectifs du tourisme durable

Selon Briquet (2009, p. 21), les objectifs essentiels du développement durable peuvent ainsi être représentés graphiquement (cf. Figure 33). En reprenant les termes de la définition officielle de l'OMT, l'exploitation «de façon optimal des ressources de l'environnement» peut être perçue comme le maintien d'un niveau satisfaisant des ressources (Q). Un équilibre de ce type est représenté par le point A du quadrant (1), l'environnement noté Q est envisagé au sens large puisqu'il inclut la nature et la faune, le patrimoine paysager, historique et architectural. Cet équilibre est défini par les relations contradictoires qui lient (Q) à la fréquentation touristique (N). En effet, le respect de l'authenticité des communautés d'accueil peut être mis en rapport avec la fréquentation touristique selon une relation inverse représentée par la ligne de "Demande" ainsi identifiant la zone (0N₀Q₀A) assimilable à un surplus du consommateur. Sachant que B (2) représente la satisfaction des touristes pour avoir l'équilibre du revenu (R) et la dépense moyenne d'un touriste (D) au point C (3), Briquet a tracé une courbe similaire à la courbe d'Engel pour les biens de luxes, le tourisme étant considéré comme une dépense de loisirs²³². Cela permet dans le dernier quadrant de définir la

²²⁹ Les informations statistiques concernant la nature, l'évolution et l'impact du tourisme s'appuient principalement sur les chiffres des arrivées internationales et des nuitées, ainsi que sur les données de la balance de paiement. En résumé, les statistiques du tourisme sont généralement limitées au secteur de l'hôtellerie-restaurant, bien identifié dans les classifications nationales et internationales.

²³⁰ La part du secteur informel et non marchand peut être importante (les touristes résidant chez la famille ou les amis, les locations non déclarées d'appartements ou de villas).

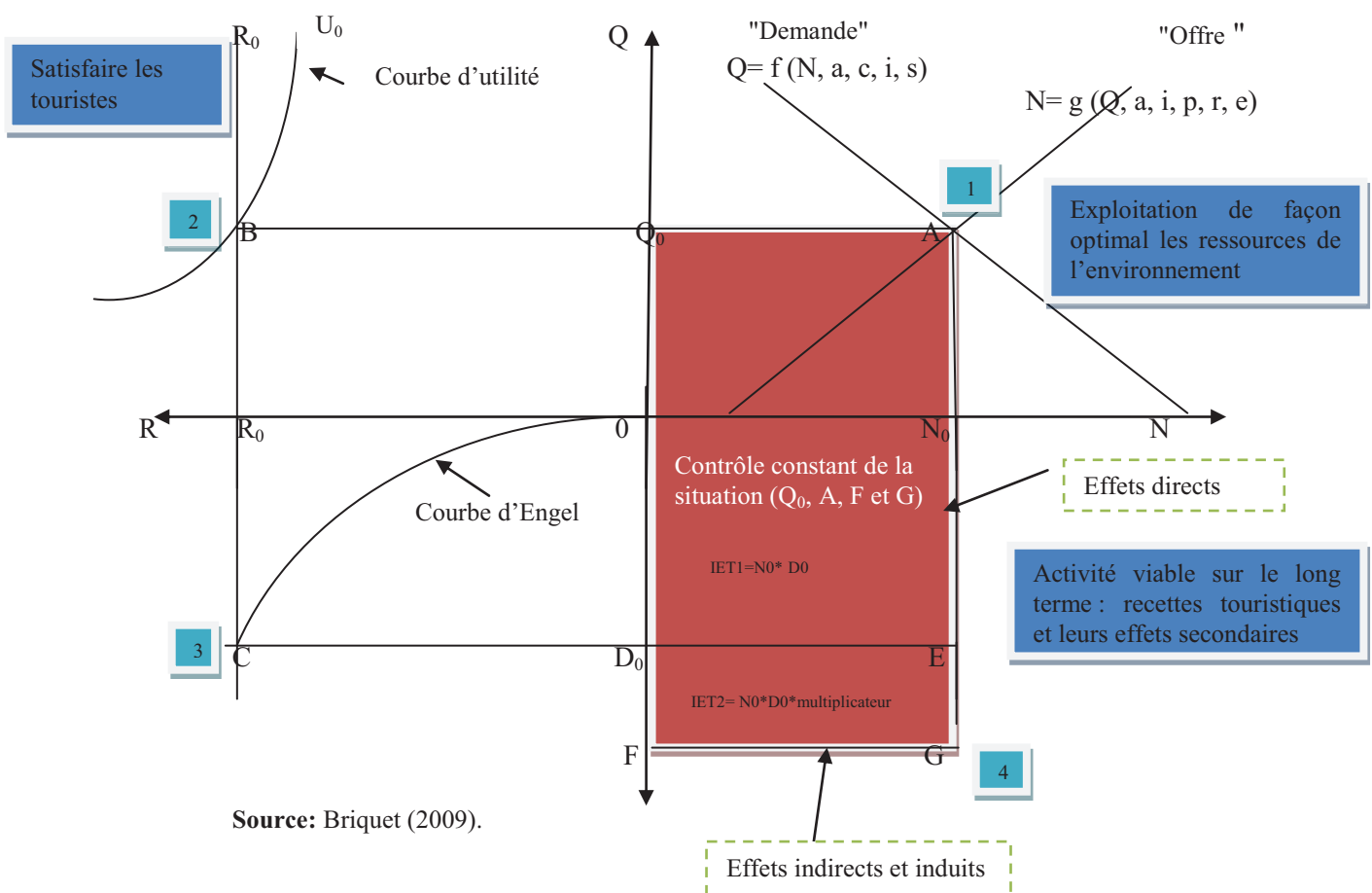
²³² Les trois lois d'Engel indiquent que le comportement des consommateurs se modifie avec le revenu. Si la première et la deuxième loi précisent que lorsque le revenu augmente, les dépenses augmentent moins vite (pour les dépenses alimentaires) et au même rythme (pour les dépenses d'habillement et de logement) que le revenu, la troisième loi implique que les autres dépenses augmentent plus vite que le revenu (leur part augmente dans les dépenses de consommation ex dépenses de santé, transports et télécommunication ou de culture et loisirs qui sont des biens de luxe).

zone $0D_0EN_0$, illustrant les Impacts Economiques du Tourisme ($IET = N_0 \times D_0$), lesquels alimentent un processus multiplicatif ($IET \times \text{multiplicateur}$, $D_0 EFG$). D'autre part, l'examen d'une activité économique viable sur le long terme est représenté par les recettes touristiques ($0D_0EN_0$) et leurs effets secondaires ($D_0 EFG$).

Enfin, le devoir de «satisfaire au plus haut niveau possible les touristes» peut être jugé par l'étude du bien-être relatif à la qualité de l'environnement (cf. page 127), même si des enquêtes de satisfaction relatives à l'ensemble des éléments composant l'offre touristique (accueil, services, etc.) s'avèrent nécessaires.

Le modèle de Briquet (2009, p. 21) ne prétend donc pas exprimer tous les aspects du tourisme durable. Il permet cependant de mettre en relation certains indicateurs clés qu'il est possible de mesurer, afin d'établir «un contrôle constant de la situation» (la situation courante dans cet exemple est représentée par $N_0, Q_0, U_0, 0N_0GF$).

Figure 33. Modèle du tourisme durable



b. Evaluation socio-économique et instruments pour la mise en œuvre du tourisme durable

Établir «un contrôle constant de la situation» comme il est proposé par Briquet (2009, p. 18), nécessite donc de préciser les différents facteurs du développement d'un territoire. Selon la source pré-citée : *« Il est bien souvent difficile de connaître l'impact du tourisme sur les économies nationales des pays méditerranéens. La mise en place par les pays des comptes satellites du tourisme conformes aux recommandations de l'OMT est un progrès, mais les effets secondaires du tourisme font souvent défaut ou ne sont pas homogènes, précisément en raison des difficultés d'évaluation de tels phénomènes (le tourisme ayant notamment un impact sur l'agriculture, le bâtiment, l'ameublement, l'artisanat, les services bancaires, etc.). Par ailleurs, l'importance du secteur non marchand et de l'économie informelle dans certaines zones est un autre facteur qui rend difficile l'évaluation de l'impact économique du tourisme ».*

Pour faire face à ces limites, nous disposons de plusieurs approches théoriques pour analyser le développement régional : le développement inégal, le développement endogène, la théorie de la base et la théorie des pôles de croissance (Aydalot 1985, p. 127). Choisir entre ces méthodes nécessite de faire un arbitrage. La meilleure est a priori celle qui tient compte de l'approche économique, sociale et environnementale de l'activité touristique.

Il apparaît que la théorie des pôles de croissance (ou de développement) permet de répondre aux exigences de la viabilité économique et sociale. Plusieurs économistes en effet ont abordé ce lien entre tourisme et croissance : Dritsakis (2004) a établi les effets du tourisme sur la croissance de long terme pour la Grèce, Balaguer et Jorda (2002) pour l'Espagne, Gunduz et Hatemi (2005) pour la Turquie et Capo, Font et Nadal (2007) pour les îles Baléares et Canaries. Ces économistes ont également confirmé l'hypothèse d'une croissance de long terme partiellement tirée par le tourisme. Ce résultat repose sur une analyse économique du tourisme fondée sur la dimension microéconomique (allocation des ressources auprès des activités de production et de consommation).

Pour combler cette lacune, nous avons mené une enquête de terrain enrichie par des entretiens auprès des responsables du secteur touristique. L'objectif est ainsi de dégager une stratégie permettant au tourisme tunisien de devenir un facteur important du développement de la région, par son effet multiplicateur sur la création d'emplois, les transferts de technologie et surtout les recettes en devises.

Pour cela, nous avons développé un outil, la «méthode de masses», qui prend en compte « les valeurs » du développement. En effet, la connaissance de la répartition de la valeur ajoutée permet de déterminer le poids économique des différents segments (hôteliers, restauration...) de la filière. Cette méthode peut devenir un outil d'orientation des choix locaux de développement du tourisme en favorisant les activités les plus créatrices de richesse.

Au niveau environnemental, appliquer les principes du tourisme durable, suppose mobiliser plusieurs types d'instruments: certes les instruments classiques de la politique de l'environnement (mesures réglementaires, mesures incitatives et approches volontaires), mais aussi des instruments de soutien et de mesure (OMT, 2005).

La production d'indicateurs économiques et environnementaux pour une région génère une communication entre les professionnels, l'autorité touristique et la population. Un tel diagnostic permet de répondre aux questions clés suivantes : « Où en est-on »? « Que reste t-il à faire»?

Conclusion du chapitre 2

L'étude du tourisme tunisien sur une longue période montre que le produit touristique y est caractérisé par un tourisme de masse, basé essentiellement sur la clientèle européenne (notamment française, allemande, italienne et anglaise) et dominé par les grands tour-opérateurs européens (Marmara, Club Med,...). Aujourd'hui, ce type de tourisme connaît des difficultés. Nous avons expliqué le problème dont souffre le tourisme tunisien. Quatre causes ont été identifiées clairement : la saisonnalité, la commercialisation des produits tunisiens par les tour-opérateurs, le vieillissement du produit et la concurrence des pays émergents. Nous soutenons qu'il s'agit là d'une crise structurelle et non passagère de type conjoncturel qui trouve ses racines dans l'origine du développement du produit touristique. Le modèle « mer et soleil » où le littoral bénéficie du monopole des destinations doit aujourd'hui faire face à la concurrence des autres produits touristiques. Ainsi, le littoral ne constitue plus la destination privilégiée de l'ensemble des touristes. Il importe que les autorités compétentes comprennent la nécessité d'innover en matière d'offre afin de répondre aux nouveaux besoins de la clientèle. Ce nouveau tourisme, que l'on peut qualifier de "post-fordiste", doit être centré davantage sur la qualité des équipements, de l'environnement et de l'encadrement. La Tunisie devrait donc abandonner progressivement l'ancien modèle de développement touristique. En d'autres termes, *« Il faut changer l'idée d'un tourisme de masse, mais une masse faite par l'addition de différentes sortes de touristes, étalés tout au long de l'année occupant des espaces différents et venant à des périodes différents »* (Cuvelier, 2000).

Pour ce faire, améliorer les composantes « service » et « produit offert » est nécessaire. Par « service », nous entendons la formation des acteurs touristiques, leur professionnalisation et la mise à niveau de l'hébergement. Par « produit offert », nous entendons le développement de l'animation et la diversification du produit (santé, bien-être et culture).

Cependant, ces solutions relèvent du court et moyen terme. La pérennité du secteur touristique doit s'inscrire dans un cadre de développement durable, ce qui nécessite non seulement l'implication de tous les acteurs (la Fédération Tunisienne des Hôteliers, les Agences de Voyages, la coopération internationale, la population, les centres de recherche, les organismes financiers), mais encore une évaluation économique et une étude d'impact du tourisme sur l'environnement.

Nous avons montré les limites des méthodes d'évaluation économique (coût-bénéfice et étude d'impact) en prenant l'exemple de l'activité touristique en Tunisie. La discussion sur le

modèle théorique proposé par Briquet (2009) a permis de dégager des pistes intéressantes. Il est notamment possible aujourd'hui, dans le cadre d'une étude d'évaluation d'une région d'assurer un développement durable du secteur touristique en trouvant un compromis entre la maximisation des revenus du tourisme et la protection de l'environnement.

La deuxième partie de la thèse, propose d'exploiter ces pistes en partant de l'exemple du territoire de Djerba. Le choix de cette île comme zone d'étude se justifie à la fois par la nature de son économie, fondé sur un tourisme balnéaire de masse et la fragilité de son éco-système. En sorte que ce territoire concentre tous les ingrédients de la crise qui frappe aujourd'hui le tourisme tunisien.

Partie 2 : Cas de l'île de Djerba

- **Chapitre 3 : Djerba et tourisme international : quelle conjugaison ?**
- **Chapitre 4 : Evaluation économique et environnementale de Djerba.**

Chapitre 3. Djerba et tourisme international : quelle conjugaison ?

« Mais, à peine en chemin, mes envoyés se lient avec les Lotophages qui, loin de méditer le meurtre de nos gens, leur servent du lotos. Or, sitôt que l'un d'eux goûte à ces fruits de miel, il ne veut plus rentrer ni donner de nouvelles²³⁵ ».
(*ibid.*, IX, 91-97, trad. Victor Bérard).

« Île de sable d'or, l'air si doux qu'il empêche de mourir »
Flaubert Gustave²³⁶.

« Oasis de sable posée sur une mer d'azur »
René Stablo (1941, p.9).

Le tourisme démarre à Djerba en 1954, avec l'implantation du « Club Med »²³⁸. Néanmoins, cette activité ne se développe réellement qu'à la fin des années 60, lorsque l'Etat tunisien décide d'y implanter un pôle touristique pour résoudre les difficultés économiques de l'île. Ce projet s'inscrit dans une politique plus large, à l'échelle de l'ensemble de la Tunisie, comme nous l'avons vu précédemment. Le tourisme est un vecteur efficace pour fixer la population d'un territoire car l'établissement d'un complexe hôtelier assure non seulement la création d'emplois directs, mais encore indirects par son impact sur l'artisanat local et le commerce traditionnel. C'est pourquoi, plus globalement, la Tunisie a misé et continue de miser sur cette activité pour développer son économie et s'intégrer ainsi dans le réseau économique mondial.

²³⁵ Le mythe de Djerba a commencé dans les chants d'Homère. La légende raconte que, de retour de la guerre de Troie, Ulysse et ses compagnons abordèrent les rives de Djerba et oublièrent qu'ils étaient en route pour rentrer dans leurs foyers. Selon «l'Odyssée», Djerba aurait été l'île de ces étrangers mangeurs de lotos, (les Lotophages), fruits connus aujourd'hui sous le nom des dattes. Les lotos étaient tellement délicieux que ceux qui en mangèrent ne voulurent plus quitter l'île.

²³⁶ Cité par Salah-Eddine Tlatli, Djerba, 1967, p. 41.

²³⁸ Glibert Trigano et Gérard Blitz, fondateurs du Club « Méditerranée », furent les premiers voyageurs étrangers à s'installer à Djerba en 1954, en créant le village de vacances de « Djerba la fidèle », et en 1971, celui de «Djerba La Douce».

Bénéficiant de l'ouverture des marchés aériens (Charters) et de l'expansion du parc d'hébergements, le tourisme s'est ainsi propagé sur la côte Est de la Tunisie, jusqu'à l'île de Djerba, devenue aujourd'hui l'un des grands pôles touristiques et hôteliers du pays. Djerba, par ses atouts naturels et patrimoniaux singuliers, dispose en effet d'une activité naturelle lui permettant d'entrevoir le tourisme comme un pilier de son développement économique et social. L'essor de sa capacité hôtelière ne s'est pas déroulé de façon progressive et linéaire. L'île a dû se doter, dans des délais très courts, d'un parc hôtelier pour faire face à l'arrivée croissante des touristes. Ainsi, entre 1970 et 2009, la fréquentation touristique a-t-elle progressé de 8% par an en moyenne, passant de 112 502 (Mzabi, 1970) à 1 082 740 de touristes (ONTT, 2010). L'un des instruments privilégiés par l'Etat tunisien pour relever ces défis est l'incitation fiscale : d'importantes mesures de défiscalisation ont ainsi attiré de nombreux capitaux internes et externes et faciliter la construction du parc hôtelier.

Ce troisième chapitre est divisé en trois sections. La première décrit les caractéristiques générales de Djerba, en propose en quelque sorte le portrait. Il s'agit d'abord de présenter sommairement la position géographique de l'île, son histoire et l'évolution de sa population afin de mieux cerner l'identité du territoire. Ensuite le propos se concentre davantage sur la dimension économique en s'attardant sur les difficultés économiques et sociales auxquelles est confrontée la région durant les années 50 et 60. En effet, avec une croissance démographique très importante, un taux de chômage élevé et une émigration de ses habitants vers les pays voisins ou européens, l'économie locale était en crise. Il a donc semblé nécessaire d'adopter une démarche de développement adaptée à ce territoire. La deuxième section montre comment le tourisme dynamise le territoire, comment il en améliore la vie socio-économique. Enfin la dernière section met en relief le système touristique de Djerba : son fonctionnement, ses atouts et faiblesses. Il apparaît ainsi que le déséquilibre entre l'offre et la demande touristique constitue le principal défi à relever pour y pérenniser la filière²³⁹.

²³⁹ Pendant plusieurs décennies, la politique a été axée sur la nécessité de développer prioritairement le secteur du tourisme. Cette nécessité a été satisfaite jusqu'à « l'évanouissement », tant la capacité d'accueil dépasse aujourd'hui la demande.

Section 1. Attractivité et trajectoire d'un territoire

La première section de ce chapitre présente d'abord la diversité et l'attractivité de Djerba. Ensuite, elle en retrace l'histoire. Enfin, elle expose la situation économique et sociale de la région, tout en insistant sur l'importance du tourisme dans son processus de développement.

1.1- Diversité et attractivité de Djerba

Le premier point met l'accent sur la position géographique et administrative de l'île, le second, sur ses diversités patrimoniales, atouts qui lui confèrent une attractivité singulière.

1.1.1- Position géographique et administrative

Djerba est située le long de la côte méditerranéenne, dans le sud-est de la Tunisie et plus précisément dans le golfe de Gabès. La superficie de l'île avoisine les 514 km² (64 000 hectares). Elle a la forme d'un quadrilatère long de 28 km d'Est à l'Ouest et large de 22 km du nord au sud (cf. la carte ci-après). Ses côtes, qui s'étendent sur 125 kilomètres, présentent un tracé très irrégulier, notamment avec les péninsules d'Ajim. Il s'agit de la plus grande île des côtes d'Afrique du Nord. Elle est séparée du continent par le golfe de Boughrara et rattachée au Sud par une ancienne chaussée romaine qui, durant l'antiquité et le Moyen-âge, la reliait à la péninsule de Zarzis.

Administrativement, Djerba dépend du gouvernorat²⁴⁰ de Médenine. Elle compte environ 140 000 habitants et est formée de trois délégations²⁴¹ : Houmt-Souk, Midoun et Ajim et de vingt quatre imadas²⁴². Sa principale ville, Houmt-Souk, compte à elle seule 44 555 habitants.

À l'instar de tout territoire, Djerba est une région qui détient ses propres particularités. Comme la plupart des îles méditerranéennes, elle dispose de nombreuses richesses naturelles : plages, lagons bleus, dunes et de palmiers. De plus, elle recèle une multitude d'atouts spécifiques. Du fait de sa proximité avec le Sud tunisien, elle bénéficie à la fois de la mer et

²⁴⁰ Fonction correspond à la préfecture en France.

²⁴¹ Fonction correspond à la sous- préfecture en France.

²⁴² Secteurs territoriaux.

du désert ainsi que d'une pluralité ethnique²⁴³. C'est un territoire de diversités culturelles et environnementales.

Figure 34. Carte de Djerba



Source : http://immobilierdjerba.files.wordpress.com/2010/04/djerba_map.png

²⁴³Une population diversifiée et cosmopolite. Le peuple de Djerba vient de pays différents, répartis sur trois continents.

1.1.2- Les diversités patrimoniales de l'île

Atout majeur de son potentiel touristique, milieux naturels et culturels se superposent ici en une mosaïque et offrent ainsi un produit de découverte très attractif, complet et riche.

a. La diversité naturelle

- Le littoral est caractérisé pour sa part par des côtes basses, les plages, en grande majorité sablonneuses, s'étendant principalement entre Ras R'mel et Borg El Kastil. Gustave Flaubert appela Djerba l'"île aux sables d'or" à cause de ses plages au sable fin et doré. L'île est plate, l'altitude moyenne est de 20 mètres et c'est dans la partie méridionale de l'île que se trouve le point culminant situé à « Dahret Guellala » (53 mètres). À ce niveau, l'île est traversée par un accident topographique majeur (15 mètres de dénivellation sur 15 mètres de long).

L'île est bordée par une quarantaine de kilomètres de côtes²⁴⁴ hospitalières. Elles présentent un tracé très irrégulier, notamment sur la façade méridionale, où s'étendent les péninsules d'Ajim, de Ras Terbella et de Borj El Kastil qui, érigées en tentacules, marquent les points les plus rapprochés du continent. En effet, le détroit d'Ajim n'a que 2 kms de large, celui d'El Kantara 6 kms, mais il est jalonné par une route qui épouse le tracé de l'ancienne chaussée romaine, qui reliait Djerba au continent.

Il convient de souligner en plus de la beauté et l'étalement de ses plages, la position stratégique dont dispose Djerba. Sa proximité du Sud de la Tunisie permet au touriste de profiter à la fois de la mer, du désert et du soleil.

Djerba occupe une zone de balancement des masses d'air méditerranéennes et sahariennes :

- Le climat de l'île est donc sensible à l'influence de ces deux facteurs. En outre, l'insularité marque profondément le climat djerbien que «la littérature a doté d'une cinquième saison»²⁴⁵. Les températures sont modérées du fait de l'influence marine, en

²⁴⁴ L'aménagement touristique touchait le Nord-Est de l'île de Djerba, entre Houmt-Souk et Aghir (40 KM du littoral) ; cette zone touristique est définie par le décret n°162 du 5 avril 1973 et couvre une superficie de 9 625 hectares.

²⁴⁵ Selon Grevin (1937), cité par Jomni (1981, p.15) : «À Sfax, l'hiver vous aura quitté, à Gabès vous trouverez le printemps, à Tozeur l'été et à Djerba vous découvrirez la cinquième saison ».

moyenne 12°C en janvier, et 27°C en août²⁴⁶. Il s'agit donc d'un climat de type méditerranéen, sec et chaud l'été, tempéré et relativement humide l'hiver, à tendance semi-aride.

- La pluviométrie est faible et l'essentiel des précipitations se concentrent entre septembre et décembre ; les jours pluvieux ne dépassent pas quarante jours par an sachant que ce chiffre cache d'importantes disparités car il peut très bien ne pleuvoir que quatre jours dans l'année. L'humidité d'origine maritime contribue par l'effet de rosée à amortir les gradients thermiques et permet d'obtenir une atmosphère de fraîcheur très précieuse lors de la saison estivale.

Ces diversités naturelles jouent un rôle prédominant dans le succès et l'image touristique de Djerba. Touristes et djerbiens profitent de ces atouts à travers une gamme étendue d'activités qui leur est proposée.

b. La diversité culturelle

Très conservateurs, les djerbiens ont gardé leurs mœurs, leurs traditions et leurs techniques architecturales qui remontent dans certains cas à l'antiquité. Djerba tire son originalité de son insularité dont les conséquences se répercutent non seulement sur toutes les données du milieu naturel, mais aussi sur l'histoire de l'île et sur la personnalité Djerbienne. En effet, Djerba bénéficie d'un brassage ethnique et d'une évolution historique qui donne à l'île une richesse culturelle et patrimoniale unique.

De son passé, Djerba compte encore une composition architecturale chargée de significations sociales. En effet, un habitat particulier, organisé et dispersé, caractérise le paysage de Djerba. Ce paysage résulte en effet d'une organisation lente et méthodique de l'espace de l'homme, et traduit un mode de vie et des relations sociales significatifs. Ainsi, à l'alternance des vergers, palmiers, oliviers s'ajoutent menzels²⁴⁷ et tabias²⁴⁸.

La dispersion de l'habitat a une raison historique. En effet, les Djerbiens ont eu à subir des attaques répétées venant de la mer. Ils se sont donc éloignés de la côte et se sont dispersés dans la campagne. De plus, leur type d'activité essentiellement agraire nécessitait une

²⁴⁶ D'après Gy-Jaabiri (1998) : « La température moyenne annuelle calculée sur dix ans est de 18°. Elle est de 12°C en hiver et de 27°C entre juillet et septembre, la période la plus chaude de l'année ».

²⁴⁷ Signifie la maison, il désigne l'aire de vie d'une famille.

²⁴⁸ La « tabia » est une sorte de haie de terre hérissée d'agaves, d'aloès et de figuiers de barbarie, bordant les pistes et les chemins et entourant les propriétés.

présence continue et une répartition de l'habitat autour des points d'eau. En outre, le djerbien a un caractère plutôt individualiste. Les mosquées constituent un élément structurant de l'espace rural traditionnel. Ainsi, l'ensemble de l'île est couvert d'édifices religieux, ce qui révèle un espace insulaire profondément marqué par le sacré et une population profondément attachée à son territoire (Bernard, 2002).

Le bâti y est traditionnellement isolé et clairsemé à l'exception de trois groupements d'habitat : Houmt-Souk (qui s'est développé grâce aux souks, dont l'émergence s'explique par le caractère défensif et portuaire du site), Hara Kébira et Hara Sghira, toutes deux habitées par la minorité juive, cette dernière s'adonnant aux activités de commerce et d'artisanat, lesquelles sont généralement localisées dans les villes.

À cette dispersion de l'habitat se superpose une organisation de l'espace hiérarchisé (insulaire) en niveaux emboîtés, qui commence au niveau du Menzel et aboutit à l'ensemble de l'île. Le « Menzel » constitue la cellule de base de l'organisation spatiale de l'île. Il représente l'espace résidentiel et fonctionnel dans lequel vit et s'organise la famille. Il est formé d'un ou de plusieurs « houch »²⁴⁹ et des éléments de la vie économique : vergers, champs, mais aussi ateliers de tissage, greniers, puits, et la citerne, indispensable à la vie familiale. Le « menzel » intègre sa population avec son milieu agricole. Entouré d'une « Tabia », qui est organisée comme un site défensif. La « Tabia » protège les sols, les cultures et du vent. Elle a aussi une fonction séparative comme les murs dans une médina²⁵⁰. Ce type d'habitation est particulier à l'île comme le précise Tlatli (1967). « Le houch » traditionnel²⁵¹ se présente sous la forme d'un bâtiment rectangulaire, d'une blancheur éclatante dont l'élément marquant est la surélévation carrée, à chaque angle de la maison, donnant naissance à quatre petites tours, dans un ancien but de fortification. Le cadre de la vie communautaire, la « Houma »²⁵² et « la mosquée »²⁵³ diffèrent de l'habitat traditionnel. Les familles vivent selon leur origine, en vase clos dans une Houma particulière.

²⁴⁹ Unité d'habitation.

²⁵⁰ L'entrée dans la propriété se fait souvent par une chicane. Passé celle-ci, les personnes de passage seront reçues dans la maison des invités et ne pénétreront pas dans la maison de l'hôte.

²⁵¹ L'houch est organisé autour d'un patio. Il est donc tout entier tourné vers l'intérieur, une seule porte donnant à l'extérieur. De chaque côté de la cour sont disposées des chambres longues et étroites, un côté servant pour les communs. Ce sont les frères qui se partagent le houch de l'Est au Nord ; par statut de naissance, la famille patriarcale connaît là une projection spatiale. L'entrée de la maison se fait elle aussi par une chicane qui dissimule la cour extérieure. Tout est donc fait pour protéger et dissimuler la famille des regards extérieurs.

²⁵² La houma est un quartier d'habitations.

²⁵³ La mosquée est l'élément fédérateur de l'ensemble.

Au total, l'environnement djerbien est une structure urbaine²⁵⁴. Les éléments naturels eux-mêmes sont construits et structurés par l'homme ; qu'il s'agisse des « tabias » ou de l'agencement des plantations, ils font partie intégrante de la composition architecturale et sont chargés de significations sociales²⁵⁵ (Bernard 2002, p. 2).

En venant à Djerba, le touriste a ainsi la possibilité de découvrir un patrimoine architectural singulier et les spécificités djerbiennes culturelles et civilisationnelles d'un espace insulaire, résultant d'une longue évolution historique.

1.2-Histoire et économie d'un territoire en crise

Djerba est le témoignage de plusieurs civilisations. Dans l'antiquité, Djerba s'appelait Meninx²⁵⁶ du nom d'une de ses villes qui rivalisait avec Girba au Nord, près d'Houmt-Souk et Tipasa au Sud Ouest. Vers le VII^{ème} siècle avant Jésus-Christ, l'empire carthaginois s'étendit sur la région des Syrtes et sur celle de Djerba. Cette dernière devint un des comptoirs les plus importants grâce à sa position stratégique. Elle a pu jouer pendant des siècles un rôle central dans le contrôle de l'économie du Sud tunisien. Cependant, après l'indépendance, Djerba connaît une situation économique et sociale fragilisée. Ce sont ces difficultés ainsi que les enjeux des politiques de développement mises en place qui sont analysées à présent.

1.2.1- Trajectoire historique de Djerba

Située dans le Sud de la Tunisie, Djerba, de par son caractère insulaire, a eu des relations étroites avec les différentes civilisations de la méditerranéenne. L'histoire économique et humaine de l'île de Djerba a commencé vers l'an 1 500 avant J.C. Des populations helléniques s'installent dans l'île où elles introduisent les techniques de l'oléiculture et de la poterie. Au XIII^{ème} siècle avant J.C, après la chute de Troie, Ulysse y fait escale. Depuis ces temps anciens existe ainsi la légende de l'"île des Lotophages"; preuve d'une présence humaine qui remonte très loin dans le temps. Les différentes périodes que l'île traverse lui donnent alors un caractère unique.

²⁵⁴ Ces éléments font partie de l'urbanisme musulman.

²⁵⁵ Avant la croissance urbaine, l'habitat n'était ni exclusivement rural, ni urbain, car il n'y avait ni ville ni campagne séparées.

²⁵⁶ Manque d'eau.

Après la décadence de Carthage (II^{ème} siècle av .J.C), l'île, désormais marquée par la présence romaine, prend le nom de "Meninx" qui devient florissante au point de justifier la création d'une chaussée qui la relie à Zita²⁵⁷ sur le continent. Pendant cette période, et après la prise de Jérusalem par Titus en 71, l'île de Djerba reçoit plusieurs milliers de juifs qui se regroupent dans deux villages "Hara Kébira" et "Hara Sghira"²⁵⁸. Cette communauté religieuse se rassemble autour de « la Ghriba », lieu d'un célèbre et peut être unique pèlerinage au monde. Les juifs viennent encore aujourd'hui de toute l'Afrique du Nord, de la France, de la Belgique et même des USA pour célébrer le 33^e jour de la pâque juive (début Juin) dans le lieu «saint». Ce sanctuaire, reconstruit vers 1920, conserve l'une des plus anciennes Thora du monde dont les versets sont calligraphiés sur des grands rouleaux de parchemin placés dans des cylindres d'argent²⁵⁹.

Envahie par les Vandales, puis par les Byzantins, la région de Djerba fut conquise par les Arabes en 665 après J.C. Ces derniers parviennent en peu de temps à convertir à l'Islam une grande partie de la population berbère. Ensuite, après le désastre de l'invasion italienne²⁶⁰, l'île de Djerba voit la naissance d'une conception plus puritaine de l'Islam : le Kharidjisme²⁶¹ qui s'opposait à l'islam orthodoxe. Mais le passé de Djerba ne s'arrête pas là. L'île est encore disputée, au moyen âge par les maîtres successifs de la méditerranée : les Normands de Sicile, les Aragonais, les Espagnols et les Turcs. Les Espagnols ont laissé des monuments telle la forteresse de Borj Castel ou encore celle appelée improprement "la forteresse espagnole". Les Turcs, la mosquée d'Houmt-Souk et plusieurs fondouks qui, progressivement, ont été transformés en petits hôtels ou auberges. Il existe également des fondouks chrétiens à Djerba depuis le XIV^{ème}, siècle qui a intégré l'église catholique.

Ces différentes civilisations et cultures, ayant traversé l'histoire de l'île de Djerba (berbère, arabe, juive, noire..), ont façonné une population diversifiée et cosmopolite. Le peuple de Djerba vient de pays différents, répartis sur trois continents : l'Afrique, l'Asie et l'Europe. Ce cocktail de cultures ne peut être que riche de valeurs. Le racisme n'existe presque pas, car chacun a appris à vivre en paix avec ses voisins. C'est, d'ailleurs, le même

²⁵⁷ Zarzis acuellement.

²⁵⁸ Actuellement Riadh.

²⁵⁹ En face de cette synagogue, une hôtellerie juive permet de loger les visiteurs en temps de pèlerinage.

²⁶⁰ En 1125, les normands de Sicile s'emparent de l'île de Djerba.

²⁶¹ «Les Khaouaridjs» : c'est-à-dire les sortants sont ceux qui se sont séparés du « Calife Ali » lorsqu'il acceptera l'arbitrage de Moawiya. Leurs doctrines rejettent le moindre luxe, tout confort, le principe du Califat héréditaire et sont pour une égalité politique reposant sur un système électif démocratique et s'inspirant du coran. Deux éminents théologiens abadites : Ahmed ben Abi Setta, Ibrahim Jomni et Ismail El Djeitali.

phénomène que l'on retrouve dans d'autres pays comme la Singapour ou la Malaisie. Ainsi, les différents groupes ethniques cohabitent fraternellement. Qui plus est, malgré l'existence des trois religions chrétienne, musulmane et juive, l'île est légendaire pour sa diversité religieuse. À cet effet, on dénombre 338 mosquées, 39 synagogues et plusieurs églises catholiques. Djerba est considéré, à juste titre, comme une île de tolérance religieuse.

Tableau 63. Origine de la population Djerbienne

Population	Origine
Population arabe	Moyen arabe et péninsule arabique
Population berbère	Afrique du Nord
Population juive de Hara Seghira	Palestine et Mésopotamie
Population juive de Hara Kebira	Espagne, Turquie, Libye, Syrie
Population noire	Soudan et Niger

Source : Recherche personnelle.

1.2.2- Economie d'un territoire en crise

Après l'indépendance²⁶², Djerba subit les effets de la conjoncture économique d'un pays en transition et apparaît brutalement comme une île particulièrement pauvre et surpeuplée. Son tissu socio-économique est fragilisé et, pour survivre, les habitants sont agriculteurs, pêcheurs ou encore artisans et commerçants. Aucune de ces activités ne peut assurer à la majorité de ceux qui s'en occupent un niveau de vie assez élevé.

a. Un système productif traditionnel sous tension

Comme toute économie traditionnelle, l'économie djerbienne est initialement fondée sur la complémentarité des ressources agraires, maritimes, artisanales et surtout commerciales. L'agriculture, la pêche et l'artisanat, partie intégrante de l'organisation traditionnelle djerbienne, sont en déclin, faute d'être suffisamment rentables. Selon Mzabi (1970) : « *La pêche et l'agriculture malgré la croissance des débouchés qui s'offrent à leurs produits n'ont guère réalisé de progrès* ».

²⁶² Djerba sera occupée par la France de 1881 à 1956, année de l'indépendance.

- L'agriculture

L'agriculture est une activité rudimentaire et peu développée (Gy-Jaabiri 1999, p. 33). Cela peut-être expliqué par la qualité peu fertile des sols à l'exception de Mahboubine²⁶³, El May et Midoun, par la faiblesse du système d'irrigation, suite à la prédominance d'une eau saumâtre, phénomène lié à la faible altitude de l'île. Ainsi Djerba est-elle caractérisée avant tout par une nature ingrate, marquée par d'insuffisantes ressources en eau. L'île ne possède aucun réseau hydrographique et ses nappes phréatiques sont bien insuffisantes pour subvenir aux besoins (Bernard 2001, p. 31).

L'agriculture est donc axée essentiellement sur des cultures sèches : céréaliculture sèche et arboriculture de l'olivier et du palmier. Les céréales occupent 3 000 ha (soit 6% de la surface de l'île), tandis que les palmeraies couvrent 12 063 ha (23%). On comptait en 1974 un million de palmiers (Direction de Développement et d'Aménagement, 1974, p. 7). L'arboriculture fruitière, dominée par l'olivier à 90%, est menée d'une manière extensive. Elle occupait un peu plus de 20 000 ha (soit 38% du territoire, pour 500 mille oliviers). Par ailleurs, l'agriculture employait 3 916 personnes (soit 27% de la population active totale, selon la Direction de Développement et d'Aménagement, 1974, p. 61) dont 15% sont originaires de l'extérieur de l'île. Il faut ajouter à ces effectifs un nombre important de tisserands qui se convertissent pendant quelques mois de l'année en laboureurs et pêcheurs (Mzabi, 1976).

Mais l'impact de l'agriculture reste très faible sur l'économie djerbienne. Ainsi, en 1961, la part de l'agriculture dans le revenu global de l'île plafonne à 18.6% et celle de la pêche, secteur étudié plus bas, à 3.3%²⁶⁴. Dans cette île qui semble être une oasis, le secteur primaire n'apporte que le 1/5 du revenu global des habitants. Ce pourcentage, déjà relativement faible²⁶⁵, a bien entendu beaucoup baissé avec la montée en puissance des autres secteurs de l'économie de Djerba.

Malgré de réels efforts de développement depuis les années 60, l'agriculture, n'enregistre qu'une croissance lente et peu significative, étant donné les contraintes relatives aux surfaces agricoles utiles et aux ressources en eau qui interdisent d'élargir d'une manière sérieuse les périmètres irrigués, selon un mode extensif. Déjà, dans les années 1970, M'Zabi (1976, p. 124) avançait que « *de toute manière et dans les conditions de marché actuelles, l'agriculture de l'île ne pourra se développer que par des cultures très intensives et de très haute valeur*

²⁶³ Village, situé à 19 kms de Houmt-Souk et à 4 kms de Midoun, l'un des plus beaux jardins de l'île.

²⁶⁴ Secrétariat d'Etat au Plan et aux Finances. Tunis, 1963.

²⁶⁵ Taux semblable au taux national.

marchande. Seule une agriculture largement scientifique pourra avoir une rentabilité satisfaisante et pourra retenir une main d'œuvre assez nombreuse et correctement rémunérée. Le maraîchage en primeur et l'horticulture présentent là de grandes possibilités à exploiter ». Cette remarque vaut également pour l'élevage, qui reste extensif et ne peut se développer faute de culture fourragère. L'élevage ovin prédomine avec 11 280 bêtes. Suit l'élevage caprin avec 9 630 bêtes (Commissariat Régional au développement Agricole, 1999). Ce qui semble amorcer un processus de développement nouveau, surtout en matière d'aviculture.

- La pêche

Le littoral et la position de l'île ont depuis toujours favorisé la pêche et ses activités annexes. Ainsi, avant l'indépendance, une petite colonie maltaise participait efficacement à cette activité. Les djerbiens, durant les années 60, n'ont pas pour autant abandonné la pêche : entravé par la faiblesse de ses moyens techniques, le secteur reste néanmoins cantonné à la petite pêche côtière. Dès lors la flottille, pas suffisamment rentable pour attirer les jeunes, n'a pas su évoluer pour répondre à la demande croissante de la population en produits de la mer. Durant les années 70, ne subsistent que quelques pêcheries fixes cependant que la pêche aux éponges ne se pratique plus. Le secteur demeure fragile, concurrencé par les gros chaluts qui passent non loin de l'île. Les professionnels de la pêche présentent peu de demandes d'aide aux services concernés, généralement à cause des difficultés de recrutement de main d'œuvre jeune et qualifiée. Les patrons de pêche refusent de s'endetter pour acquérir une flotte moderne qui risque de rester la plupart du temps ancrée au port (Mzabi, 1976).

- L'artisanat

• La poterie

La poterie est une activité traditionnelle très ancienne à Guellala dans la partie sud de l'île, dans la zone argileuse. D'après Djellali (1986), cet « artisanat connaît une régression spectaculaire ». Les potiers djerbiens ont rencontré des difficultés pour s'adapter²⁶⁶ et c'est un métier qui n'attire plus les jeunes, qui le considèrent trop difficile et peu rentable.

²⁶⁶ Selon Bernard (2001, p. 31) : « *La poterie djerbienne, qui était une poterie utilitaire de grand gabarit (jarres, amphores, gargoulettes), ne convient plus au commerce de la « poterie-souvenir » plébiscité par les touristes ».*

- *Le tissage*

Le tissage qui faisait la fierté de Djerba et qui lui a longtemps permis d'être la plaque tournante de la laine du sud tunisien, est lui aussi en régression (Bernard, 2001 p. 32). Selon Gy-Jaabiri (1999, p. 34), cette régression s'explique par la concurrence des produits industriels, la perte de marchés étrangers comme la Libye et de la raréfaction de la main d'œuvre, attiré par le tourisme naissant ou l'émigration. Le tissage des couvertures en laine et le filage (le travail de la laine) constituent les principales activités de tissage. Les deux ne faisaient plus recette. À titre d'exemple les couvertures djerbiennes, activité très ancienne à Djerba, a perdu de plus en plus ses effectifs²⁶⁷. Le travail y étant dur et peu rémunéré, il est peu attractif pour les jeunes. En 1960, un tisserand salarié gagnait 300 à 400 millimes²⁶⁸ par jour. De plus, « *la situation du tisserand artisan, travaillant lui-même sur son métier, à son propre compte, est précaire. Il est souvent victime des fluctuations des prix et se trouve dans l'obligation de s'endetter* » (Secrétariat d'Etat au Plan et aux Finances, 1963).

Enfin, cette catégorie de salariés indépendants voit ses éléments vieillir : la moyenne d'âge y est de 42 ans en 1963, les tisserands, dans leur majorité, ont ainsi déjà passé 21 ans de leur vie dans la profession (Secrétariat d'Etat au Plan et aux Finances, 1963).

Ajoutons que le déclin de ces activités traditionnelles entraîne aussi l'abandon de bâtiments, supports de la vie sociale et culturelle : mosquées, ateliers de tissage, habitations traditionnelles, huileries. La vie sociale et culturelle se vit de plus en plus ailleurs, hors de ces anciennes structures.

b. Le commerce, atout de l'activité djerbienne

Par sa position stratégique, situé au carrefour du Sahel et de la Méditerranée, Djerba n'a pu que séduire les négociants. Boubakri (1985, p. 41) s'est particulièrement intéressé aux commerçants immigrés du sud tunisien. Selon lui, « *deux axes principaux ont impliqué l'île, depuis l'antiquité jusqu'au début du vingtième siècle, dans les réseaux d'échanges commerciaux : le réseau caravanier transsaharien et le réseau commercial méditerranéen [...] située entre Gabès et Tripoli sur la côte, mais aussi entre le Maghreb et le Machrek, Djerba constituait un relais et un débouché du commerce maghrébin et transsaharien [...]* Habitants d'une place aussi impliquée dans les échanges maritimes et continentaux les

²⁶⁷ Les jeunes trouvent cette activité pénible et peu rémunératrice. De plus, les filles et les femmes qui travaillaient la laine, travail préalable à toute activité de tissage, sont désormais scolarisées pour les premières, alors que certaines femmes trouvent dans d'autres secteurs un emploi (Bernard 2001, p. 32).

²⁶⁸ 1 000 millimes = 1 dinar tunisien = 10 FF= 0,56 €.

Djerbiens ne pouvaient rester à l'écart (et) ils se sont rendus célèbres par leur pratique ancestrale du commerce de détail ».

Dans les années soixante, le commerce de l'épicerie²⁷⁵ est un véritable monopole djerbiens dans toute la Tunisie (Depois, 1964). Le plus souvent, le djerbien tient une petite boutique de produits alimentaires et de produits manufacturés divers. Son personnel est presque toujours djerbien et recruté dans la famille. L'émigration est ainsi devenue la principale source de revenus pour l'île. Elle lui fournit plus d'un million de dinars par an en 1961, soit plus de 40% de son revenu global (Secrétariat d'Etat au Plan et aux Finances, 1961). D'après une estimation du Ministère des PTT, chaque habitant de l'île reçoit, à la fin de la décennie soixante, en moyenne 16 dinars par an de l'extérieur de l'île.

Les revenus perçus sous forme de mandats durant la période 1961-1969 ont enregistré un montant de 507 887 dinars en 1961, et de 1 083 984 dinars en 1969, comme le montre le tableau ci-dessous :

Tableau 64. Sommes perçus sous forme de mandats durant la période 1961-1969 (en Dinars)

	1961	1968	1969
Tunisie	507 887	1 105 739	1 083 984

Source : Secrétariat d'Etat aux postes, télégraphes et téléphones. Tunis, 1971.

Ainsi, malgré sa diversité et sa richesse culturelle, cette région doit faire face à d'importantes difficultés économiques et sociales, notamment liées à la croissance de la population. Les cadres de l'économie traditionnelle ne suffisent plus pour absorber l'excédent démographique. En découle un chômage croissant pour les populations jeunes.

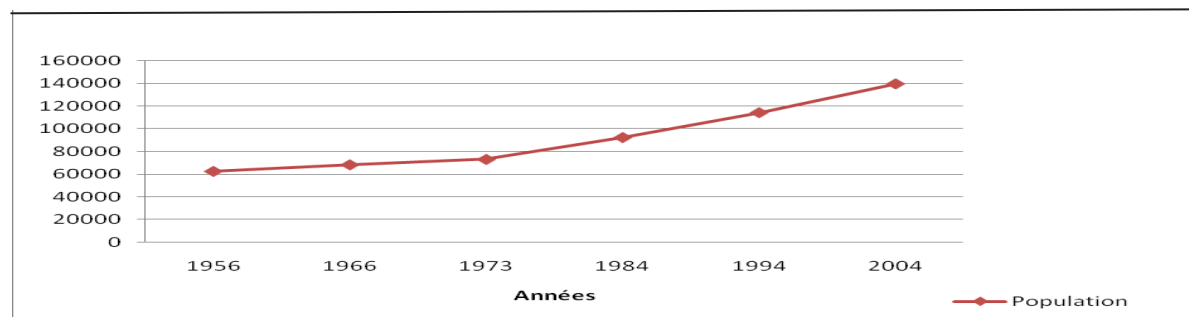
c. Fortes poussées démographiques

Djerba est la région, la plus peuplée dans le gouvernorat de Médenine. Or pour une superficie de 514 km², sa population comptait environ 61 000 habitants en 1956, dont 44% de moins de 25 ans (INS, 1967), soit une densité de 119 habitants au km². À partir de 1975, l'accroissement démographique a connu un rythme soutenu inhabituel résultant d'une part, de

²⁷⁵ Pour René Stablo (1940) « la qualité majeure du Djerbien est sans aucun doute son aptitude au négoce et il est peu de villes où l'on ne trouve l'épicier jerbien placidement installé derrière son comptoir ».

l'apparition de phénomènes d'immigration et, d'autre part, de phénomènes d'émigration²⁷⁶ inverse conséquents au regain d'intérêt pour la zone chez les populations natives. Le taux d'accroissement a été jusqu'à atteindre 3.13% en 1984, dépassant le taux national de 2.5% (INS, 1985). On assiste donc à une progression continue de la population comme le montre la figure 35.

Figure 35. Evolution de la population à Djerba



Source : Institut National des Statistiques (INS, 2005).

Les flux migratoires interfèrent donc sur la croissance démographique. Leurs répercussions sur l'organisation du territoire engendrèrent d'importantes conséquences socio-économiques. La croissance démographique cumulée aux profondes transformations de la société djerbienne occasionna de vives réactions de la part des djerbiens. Or cette croissance démographique pose un problème pour le développement de l'île. Comme l'explique Emmanuel TODD (1995) : « *Un pays ne peut entrer dans le développement que lorsqu'il stabilise sa croissance démographique* ».

d. Un marché de l'emploi déprimé

La population active djerbienne, sous l'effet de la pression démographique et du changement des comportements, s'accroît rapidement. Le problème de l'emploi reste un point sensible pour toutes les régions de Sud tunisien, et notamment pour Djerba. La lutte contre le chômage constitue "le nerf de la guerre pour tous les mouvements politico-économiques", mais les résultats se font attendre.

²⁷⁶ Notamment l'émigration masculine qui est due à la présence de travailleurs originaires du continent, célibataires ou n'ayant pas fait le choix d'emmener leurs familles avec eux. Ceci a pour conséquence d'accroître le taux de masculinité pour atteindre 58.7 % en 1966.

La diminution de l'emploi dans le secteur agricole (1000 exploitations agricoles en moins en 1985 par rapport à 1973, cf. tableau 65) et la faible progression du secteur industriel (+3,2% en 1966)²⁷⁷ ont favorisé un accroissement rapide du secteur tertiaire.

Tableau 65. Répartition de l'emploi par secteur sur la période 1973-1985

	1973	1985	1985/1973
Agriculture	3 000	2 000	-1 000
Pêche	500	600	+ 100
Hôtellerie	2 300	7 000	+ 4700
Secteur para touristique	1 000	2 500	+ 1 500
Autres activités	7 050	6 800	- 250
Artisanat	700	700	0

Source : INS (1986).

Ainsi le secteur touristique²⁷⁸ représente 80% du parc d'entreprises et les services, 33%. De plus, les entreprises djerbiennes sont de toute petite taille ; selon l'INS (1967), 58% d'entre elles n'ont aucun salarié et 95%, moins de 10 salariés.

Tableau 66. Emploi selon les secteurs entre 1956 et 1966

	Djerba	
Emploi	1956	1966
Agriculture	52.6%	27.6%
Industrie-bâtiment artisanat	26.8%	30%
Transports-communications	1.4%	4.0%
Services administrations	14.8%	28.7%
Total emplois	95.6%	90.1%
Total sans emploi	4.9%	9.9%

Source : Recensements généraux de la population de 1956 et de 1966.

Les taux du chômage en 1966²⁷⁹ diffusés par l'Institut Nationale de la Statistique (INS) confirment une augmentation de 5.5% demandeurs d'emplois par rapport à 1956. Malgré ce taux de chômage très élevé, il est important de souligner que Djerba fait partie des régions qui créent le plus d'emplois. Ce paradoxe s'explique essentiellement par une

²⁷⁷ Recensements généraux de la population de 1956 et de 1966.

²⁷⁸ Hôtellerie et secteur para touristique.

²⁷⁹ Recensements généraux de la population de 1956 et de 1966.

croissance démographique très élevée entraînant l'arrivée massive de jeunes et une inversion des flux migratoires. Cependant, confrontée à un contexte économique et social fragilisé, Djerba connaît une crise économique et nécessite donc le recours à d'autres alternatives. L'émigration et le tourisme présentent une sortie à la crise.

1.3- Le recours à l'immigration et au tourisme

La " politique de substitution ", menée par la Tunisie dans les années soixante²⁸⁰ et s'appuyant sur les deux ressources que sont le tourisme et l'émigration, trouve sa parfaite illustration dans la trajectoire contemporaine de Djerba. Ces deux leviers de développement, appliqués au territoire de Djerba, sont envisagés tour à tour.

1.3.1- Evolution de la pratique migratoire Djerbienne

Plusieurs raisons d'ordre politique national et international ont joué un rôle important dans l'évolution de la pratique migratoire djerbienne.

a. La réforme de Ben Salah et les décrets algériens

Le principal motif du départ massif des Djerbiens vers l'Europe à la fin des années cinquante est le plan de réformes entrepris par le ministre Ahmed Ben Salah (1962-1969). Selon Boubakri (1985, p. 85), « *dans le secteur commercial, le plan visait la création d'unités commerciales regroupant les anciennes épiceries et des coopératives de consommation, sous le contrôle assez prononcé de l'Etat, [...], le commerce de détail a donc été regroupé dans des coopératives commerçantes où les anciens commerçants doivent participer au capital en apportant leurs marchandises dans la nouvelle coopérative, mais ce ne sont plus que des salariés recevant des rémunérations mensuelles et une partie des profits à la fin de l'année* ». Cette réforme a été mal accueillie par les djerbiens car il réduisait leur autonomie ainsi que la possibilité d'avoir des salaires plus élevés que ceux proposés par la coopérative. Par conséquent, nombreux sont ceux qui ont quitté Djerba pour l'Algérie, la Lybie et la France. Néanmoins, de ces trois destinations, la France a été la plus privilégiée. En effet, le droit algérien post-indépendance ne favorise pas les affaires des Djerbiens. Boubakri (1985, p. 88) explique que « *les transferts sont soumis à une réglementation rigoureuse. En dehors des*

²⁸⁰ Cf. Chap.1, Partie 1.

contrats avec l'Etat, aucun étranger ne pouvait transférer plus de 100 Dinars Algériens²⁸¹ par mois et plus de 2 500 DA par an ». De la même manière, l'instabilité de la Lybie (la frontière étant alternativement ouverte et fermée) a dissuadé l'immigration djerbienne. Ces contraintes ne pouvaient convenir aux djerbiens désireux d'envoyer de l'argent à leurs familles.

b. La conjoncture française

Selon CERES (1992), cité par Bernard (2001, p. 58), « *la France présentait de nombreux avantages : un marché de l'emploi ouvert, riche et diversifié correspondant à une période d'expansion économique et à un large besoin de main d'œuvre ; un niveau élevé de rémunérations pour toutes les catégories de main d'œuvre, dépassant de loin les revenus en Tunisie et en Algérie ; un pays stable sur le plan politique et prospère sur le plan économique* ». L'attraction migratoire française provenait de la conjonction de plusieurs facteurs : la rapidité de la croissance de l'économie française, l'afflux des rapatriés qui provoque un accroissement de la demande en logement et par conséquent, l'essor de la construction, enfin la rénovation et la mutation de l'appareil industriel français (Tapinos cité par Simon, 1979). En outre et selon le même auteur « *au cours de cette période se produit un phénomène de remplacement des sources traditionnelles de la main d'œuvre étrangère en France, [...], cette mutation des flux migratoires internationaux, la concurrence des autres pays occidentaux en proie à la même pénurie de travailleurs peu qualifiés, motivant la politique du gouvernement français, qui cherche à élargir le "bassin de main d'œuvre" et conclut à cet effet des accords avec plusieurs pays de départ* ». Ainsi, la convention de main d'œuvre signée par la France et la Tunisie²⁸², suivie d'un accord de coopération globale en 1976, avait pour but de garantir l'égalité en matière de salaires, de droits et de transferts. Pour le gouvernement de Nouira, cet accord constitue une solution au chômage. Par la suite, les flux migratoires vont faire l'objet d'une planification gouvernementale. Ces mouvements de main d'œuvre deviennent une composante structurelle de la réalité socio-économique tunisienne. La stabilité sociale pour les politiques est à ce prix car selon le Ministère du Plan cité par Toigo, (1994), « *on ne saurait exagérer le danger pour un pays de l'existence de milliers de citoyens sans emploi, en butte à la misère et au découragement* ».

²⁸¹ 1 DA était l'équivalent d'un franc en 1985.

²⁸² Le 9 août 1963 mais ne sera appliquée pour des raisons politiques qu'à partir de 1969.

c. La planification tunisienne

Selon CERES (1992) cité par Bernard (2001, p. 59), « *Le choix dirigiste des années 1962-1969, par la collectivisation parfois forcée, les investissements capitalistiques dans l'industrie, l'exclusion importante des masses rurales (agriculture) mais aussi urbaines (commerce...) a aggravé le problème de chômage et grossi la masse des candidats à l'exode et à l'émigration* ». Face à ce constat, le gouvernement tunisien a créé en 1967 l'Office de la Formation Professionnelle et de l'Emploi qui deviendra en 1973 l'Office des Travailleurs Tunisiens à l'Etranger à l'Emploi et à la Formation Professionnelle pour gérer les flux migratoires en organisant le placement des travailleurs tunisiens sur le marché étranger. Dans le IV^{ème} Plan de développement (1972-1976), il est précisé que « *l'émigration continuera à s'imposer comme une mesure nécessaire si l'on veut garantir un emploi à chaque actif supplémentaire* » (Toigo, 1994).

d. La mise en place du fonctionnement migratoire djerbien

Les djerbiens ont organisé un mouvement de rotation afin de garantir la pérennité de leur commerce. Comme l'explique Mzabi (1992), « *Cette émigration saisonnière ou plutôt annuelle ne peut exister sans une certaine forme d'association ; elle comprend le plus souvent trois personnes, le patron, l'apprenti et l'employé ; ils sont liés entre eux par un contrat verbal, [...], les départs se font par roulement, [...], les propriétés laissées à Djerba sont entretenues par un vieux parent ou par les associés* ». Plus précisément, les migrants pratiquent un «va-et-vient» (Charbit et al, 1997) entre leur pays d'origine et leur lieu d'accueil. Chacun prend tour à tour l'un des vacances à Djerba et, pendant celles-ci, s'occupe, en plus de ses propres affaires, de celles des deux autres. Il rend visite à la famille, fait face aux problèmes auxquels elle est confrontée et mène les divers projets de ses deux collègues.

Tout un réseau migratoire s'est ainsi mis en place permettant notamment au migrant de trouver un travail et au futur migrant de partir en migration (Bernard, 2001 p. 60). Ce fonctionnement en réseau est d'ailleurs mis en évidence par Boubakri (1986, p. 31) dans son analyse du système commercial djerbien. Par exemple, le réseau de commerce de Paris a joué le rôle d'une gigantesque structure d'accueil : nourrir un proche ou un originaire de la région sans domicile, ni ressources fixes est un devoir qui s'impose au commerçant. Une structure communautaire s'est ainsi créée dans le pays d'accueil, jouant à la fois le rôle d'agent de

solidarité et d'agent de contrôle social. Elle garantit l'accueil et l'aide au nouveau migrant et son encadrement dans la recherche d'un emploi. Les djerbiens migrants ou anciens migrants rencontrés insistent beaucoup sur le réseau et la solidarité communautaire garant de leur pratique migratoire. Pour eux, il est impensable de partir « à l'aventure » sans savoir où loger et sans avoir des perspectives de travail²⁸³.

Cette émigration a ainsi généré d'importantes recettes pour Djerba. En 1969, le produit de l'émigration a doublé en valeur absolue, par rapport à 1961, pour atteindre le chiffre global de 2 millions de dinars par an. Les apports de la zone "franc" ont eux également plus que doublé. Cette émigration n'a pourtant pas pris l'ampleur qu'elle devait prendre à Djerba : sa croissance n'a pas été aussi rapide que le développement de l'activité touristique. Bien que les revenus de l'émigration aient doublé en moins de dix ans (Tableau 67), le revenu global de l'île a enregistré parallèlement un taux de croissance plus élevé de telle sorte que la part de l'émigration dans le revenu global de l'île a perdu son importance relative.

Tableau 67. Mandats payés par les bureaux de Djerba durant la période 1961-1969

	1961	1968	1969
Tunisie	507 887	1 105 739	1 083 984
Zone Franc	156 825	302 125	444 175
Zone Devises	-	7 022	12 265

Source : Secrétariat d'Etat aux postes, télégraphes et téléphones. Tunis 1971.

Il n'en demeure pas moins que le flux migratoire djerbien à l'étranger se poursuit toujours (Tableau 68).

Tableau 68. Immigration des djerbiens à l'étranger en 2004

Délégations	Population active émigrée	Famille accompagnée (nombre des individus)	Enfants d'émigration	Total
Houmt-Souk	1 634	62	1 927	4 189
Midoun	2 078	796	2 377	5 251
Ajim	1 994	405	1 119	3 518
Total Djerba	5 706	1 829	5 423	12 958

Source : Office Tunisien à l'Etranger (OTE, 2005).

²⁸³ Pour cette raison, ils méprisent ceux qui débarquent en pays étranger au hasard, sans contacts.

1.3.2- L'ouverture touristique de l'île

À la fin des années 60, de nombreux chercheurs et analystes ont vu dans le tourisme un moyen de rompre avec les difficultés économiques de l'île. Ainsi pour Tlatli (1967, cité par Bernard 2001, p. 41) « *l'essor touristique peut être à l'origine du renouveau de toute la vie économique, dans la mesure où le tourisme est conçu en fonction du contexte local* ». Le climat modéré et agréable de Djerba, ses 30 kilomètres de plages sablonneuses et une mer limpide sont, pour GY-Jaabiri (1998), autant d'atouts ayant « *un très fort impact psychologique sur le touriste potentiel, [...], Djerba propose la mer, le soleil, les palmiers qui ont une forte influence dans l'imagination de l'européen à la recherche de nouveaux horizons* ».

Avant 1960, l'activité touristique demeure confidentielle : c'est le désert touristique en dehors des deux hôtels de Houmt-Souk, et du Club Méditerranéen sur la côte Est. La côte Nord-Est est un lieu peu fréquenté ; les djerbiens sont peu attirés par le bord de la mer : ils ne tirent aucune richesse de cette zone formée de dunes, de sable et de palmiers improductifs. Souvent, ce sont les femmes qui héritent de ces terrains et elles seront bien contentes de les voir prendre de la valeur grâce à l'investissement touristique²⁸⁷, lequel démarre réellement au début des années soixante. La filière touristique se met en place en plusieurs étapes.

a. Les étapes de l'investissement touristique à Djerba

Djerba a connu plusieurs étapes :

- L'étape des capitaux d'origine publique

La création du pôle touristique de Djerba est une décision politique²⁸⁸ s'insérant dans la stratégie générale du gouvernement tunisien désireux de promouvoir l'activité touristique du pays. Pour favoriser le bon départ de cette activité nouvelle, ce dernier donne l'exemple en intervenant directement dans le secteur par le biais de la Société Hôtelière de Tourisme de Tunisie (S.H.T.T)²⁸⁹. Dans le cadre de cette politique, la S.H.T.T réalise une chaîne d'hôtels allant de Bizerte à Gafsa en passant par Hammamet, Monastir et Djerba.

²⁸⁷ Différentes explications ont été avancées, notamment le fait que les autochtones ne sont pas très portés sur l'investissement touristique pour des raisons de conservatisme religieux.

²⁸⁸ Le président Bourguiba voyait dans le tourisme une activité économique importante et un moyen de développement. Lors d'une visite en 1960, il encourageait ainsi les Djerbiens à exploiter leur île et ses avantages.

²⁸⁹ Société paraétatique qui implanta les premiers noyaux des futures zones touristiques du pays.

Ainsi, la SHTT construit à partir de 1964 deux unités hôtelières à Djerba, l'«Ulysse Palace», hôtel de 250 lits ayant coûté 1.832 millions de dinars²⁹⁰ et le «Tanit Hôtel», d'une capacité deux fois plus importante (520 lits) pour un coût nettement moins élevé (1.389 millions de dinars). La SHTT a appris entre temps à mieux ajuster son offre hôtelière au profit du marché touristique tunisien, tourisme de groupe intéressant essentiellement une clientèle aux ressources moyennes, voire limitées. La politique hôtelière tend ainsi progressivement vers une infrastructure simple et peu coûteuse, l'objectif devient le maintien de l'activité touristique à un niveau raisonnable, l'investissement dans cette filière étant jugé comme une priorité intermédiaire dans la construction du pays. Durant cette première étape, la plupart des hôtels sont financés par la SHTT, par de riches commerçants et promoteurs de Tunis et du continent et enfin par les banques, voire la haute finance internationale.

- Les capitaux locaux

Etant donnée l'ancienneté de l'activité touristique de Djerba, l'investissement dans cette filière n'a pas connu les mêmes étapes que dans la plupart des régions touristiques du pays. Selon GY-Djaabiri (1999), p. 92) : *" Cette initiative locale n'a pas été suivie par les Djerbiens. Différentes explications ont été avancées et notamment le fait que les autochtones ne sont pas très portés sur l'investissement touristique pour des raisons de conservatisme religieux. De plus, bon nombre de Djerbiens se sont enrichis par leurs activités de négoce mais ne veulent pas devenir propriétaires "*.

À Djerba la seconde phase se caractérise par la création de la Société de Tourisme et de transport d'« Al Jazira »²⁹¹. Cette dernière est composée de petits actionnaires, commerçants²⁹² ou fonctionnaires. Mais ils ne détiennent pas la majorité du capital de la société. On ne peut donc pas parler d'un contrôle de la Société par les personnes. La Société «Al jazira», après le «Club Méditerranée», devient le premier promoteur touristique privé du territoire lorsqu'elle implante un hôtel, en 1968, sur la côte Nord-Est de l'île, le «El Jazira». Cette ouverture marque la naissance de ce qu'on appellera plus tard le premier secteur géographique à vocation touristique ; dès lors se multiplieront les établissements hôteliers.

²⁹⁰ Le coût moyen du lit s'était élevé à plus de 7 000 dinars, coût trop élevé à l'époque qui était dû au très haut standing de l'hôtel

²⁹¹ C'est une Société anonyme par actions au capital de 200 000 dinars divisé en 40 000 parts de 5 dinars.

²⁹² Si parmi les actionnaires les plus importants, on trouve des commerçants de Tunis. Les premiers hôtels de Djerba sont financés par des petits actionnaires par l'intermédiaire de la société El Jazira.

- **Les capitaux privés nationaux**

Les résultats de l'expérience entreprise par l'Etat ne se sont pas fait attendre. Les détenteurs nationaux de capitaux privés sont dès lors encouragés à investir dans l'hôtellerie et dans le tourisme en général. Pour motiver les promoteurs privés, l'Etat tunisien a mené une politique incitative accordant de nombreux avantages fiscaux et financiers, assurant par là même la rentabilité des investissements dans le secteur. Cette forte réactivité des capitaux privés à l'appel du gouvernement s'explique pour des raisons conjoncturelles internes et externes.

• Les raisons internes

Les investisseurs privés se rendent compte rapidement de la rentabilité des affaires touristiques à Djerba. Ils sont encouragés indirectement par la politique de l'Etat définie dans les « Perspectives Décimales de Développement » (1960-1970). Cette stratégie tend en outre à nationaliser l'industrie et à instaurer la coopération dans les secteurs commercial et agricole. Le tourisme, fait déjà souligné dans la première partie, demeure à dessein un secteur libre et jouera le rôle de secteur refuge vers lequel affluent très rapidement les fortunes d'origine commerciale et agricole.

• Les raisons externes

L'expansion économique et la progression continue du pouvoir d'achat des populations qui accompagnent la diffusion du fordisme constituent certainement la condition nécessaire à l'essor du tourisme de masse dans les pays occidentaux. Cependant cette condition n'aurait pas été suffisante si parallèlement ne s'était pas produit une véritable révolution dans les transports aériens, qui jusque là étaient assez coûteux et réservés à une clientèle privilégiée. Deux facteurs produisent cette bifurcation du secteur aérien : le progrès spectaculaire de la construction aéronautique qui rend possible le développement d'avions à réaction à grande capacité, très fiables, économiques et rapides. Ensuite, le début de la libéralisation du marché aérien : la réduction du prix des billets grâce à la multiplication des charters renforce encore ce développement très rapide du transport aérien, phénomène qui entraîne à son tour une croissance exponentielle du tourisme, dont la traduction se concrétise pour Djerba par le doublement des arrivées touristiques. Mais comme le flux de passagers par voie aérienne dépend aussi de la saisonnalité, se produit un fort écart entre les prix de haute saison (Noël, juillet, août, Pâques) et les prix de basse saison le reste de l'année.

C'est dans ce contexte que les capitalistes privés, surtout tunisiens, investissent dans le secteur touristique à Djerba. Mais il ne s'agit plus uniquement d'investisseurs privés locaux : si l'on retrouve quelques djerbiens, il s'agit surtout, selon Mzabi (1970), de gros commerçants provenant d'abord de Tunis. C'est ainsi que se crée la Société Hôtelière et Touristique de Djerba pour réaliser « Les Sirènes », hôtel de première catégorie avec 200 lits²⁹³ ; dans la même zone, la construction de l'hôtel «Meninx» (400 milles dinars) par un autre homme d'affaires de Tunis, enrichi par le commerce des pièces détachées mécaniques ; il en va de même de l'hôtel Sidiyati²⁹⁴, sur la côte Nord-Est. À cela s'ajoutent d'autres investisseurs privés tunisiens, tels que les propriétaires des hôtels «El Boustène²⁹⁵» et «El Médina²⁹⁶» appartenant respectivement à une famille de Kairouan enrichie par le commerce des tapis²⁹⁷ et à un médecin originaire de Béja.

Tous ces exemples mettent en évidence le rôle prédominant des gros commerçants dans les investissements privés du secteur hôtelier. Quelque que fût la rentabilité du secteur touristique, celui-ci n'aurait pas attiré autant de capitaux d'origine commerciale, si le libéralisme avait été de rigueur dans les autres secteurs économiques du pays. Selon Miossec (1996, p. 630) : «*Tunis (le gouvernement et les commerçants) a joué au cours de cette période un rôle prédominant, sinon exclusif dans les processus de contrôle et d'encadrement de l'activité touristique à Jerba*». Enfin il est utile de préciser que les investisseurs privés étrangers, n'ont guère été intéressés par ces opportunités liées au développement de l'hôtellerie djerbienne. Même si plusieurs projets importants ont été retenus par des promoteurs européens, peu ont été réalisés²⁹⁸. Les étrangers se sont contentés d'investir dans l'achat de maisons individuelles sur la plage.

Actuellement, aucun établissement touristique à Djerba n'appartient directement à un investisseur privé étranger. Les investissements touristiques privés à Djerba durant la période 60-70 sont spécialement des investissements dans l'hébergement : El Jazira, Les Sirenes, Meninx, El Boustene, Medina étant les réalisations les plus importantes. Le total des investissements est de 2.370 millions de dinars comme le montre le tableau ci-dessous.

²⁹³ Pour un coût qui s'élève à 820 mille dinars soit, 4 100 D par lit.

²⁹⁴ Qui a coûté 150 000 dinars tunisiens. Il faut signaler que ces deux derniers hôtels ont été conçus par un bureau jerbien appartenant à la Société Nationale de mise en valeur de Sud.

²⁹⁵ «El Boustène» avec ses 400 lits, a nécessité un investissement de 650 mille Dinars.

²⁹⁶ Pour un coût de 300 000 dinars.

²⁹⁷ Et qui s'est occupée par la suite d'hôtellerie à Hammamet.

²⁹⁸ Selon Miossec (1996), en 1966, un promoteur privé allemand a investi 50 000 Dinars dans la construction d'un hôtel de 50 lits, mais il n'a pas tardé à le vendre par voie judiciaire.

Tableau 69. Les investissements touristiques privés à Djerba (en millier de dinars)

Etablissement	Investissement
El Jazira	200
Les sirènes	820
Meninx	400
El Boustène	650
Médina	300
Total	2 370

Source : Mzabi H, 1976.

b. Rôle des institutions financières dans le secteur touristique

Dans les années soixante, les institutions financières participent surtout à la construction de l'infrastructure hôtelière de Djerba. Dès lors, les unités hôtelières ont pris une dimension nouvelle, jusqu'alors inconnue dans l'île. Le mouvement a été amorcé par la Banque de Tunisie, suivie par Carthago, puis par la Société Turgueness :

La Banque de Tunisie est en effet la première à promouvoir directement en son nom la construction d'un hôtel à Djerba. Elle a créé un établissement d'un très haut standing, l'hôtel Menzel. Ce dernier lui a coûté plus d'un million de dinars. Comme son nom l'indique, il s'agit de la reproduction modernisée d'un «menzel djerbien».

Société de financement et de promotion touristique, *Carthago* est créée en décembre 1966 à partir principalement de capitaux d'origine étrangère (à hauteur de 75%). Du côté tunisien (les 25% restant), on a comme principal actionnaire la Société Tunisienne d'Assurances et de Réassurances (STAR). Au départ, Carthago établit un programme ambitieux comportant quatre projets²⁹⁹. La société réussit à en réaliser trois pour un investissement total de 3,5 millions de dinars : le village de 660 lits, finalement exploité par le Club Méditerranéen, à partir de mars 1972, sous le nom de « Djerba la Douce », la Buanderie centrale et l'hôtel de 500 lits.

²⁹⁹ Un village de vacances de 660 lits loué sur plan au Club Européen du Tourisme, un second village de vacances de 500 lits (établi par les services techniques de Carthago avec approbation de la Dentsch Hôtel Gissellshaft qui devait au départ l'exploiter) ; un hôtel de 1^{ère} catégorie avec une capacité de 500 lits qui initialement devait recevoir des handicapés physiques scandinaves, mais qui finalement accueillera des touristes, l'exploitation étant confiée à une société anglaise sous le nom de Calypso. Enfin, une buanderie capable de servir 2 000 lits touristiques.

Le troisième acteur financier, *la Société Turgueness*, est une filiale de la Société Tunisienne de Banque (STB). Participent également à son capital, d'autres sociétés, la plupart elles-mêmes venant de la société mère. Dar Djerba, réalisé par Turgueness, avec ses 2 500 lits, reste aujourd'hui la plus grande unité hôtelière de la Tunisie. Il s'agit d'un village formé de plusieurs hôtels, avec ses souks couverts, ses boutiques et ses équipements multiples, structure touristique qui, on l'a compris, forme une unité autonome, pouvant vivre tout en ignorant l'île. La construction de ce vaste complexe a nécessité un investissement global de 7.6 millions de dinars payable en 12 ans avec un intérêt de 2,2%. L'exploitation du village, quant à elle, a exigé la constitution d'un capital de gestion de 3 millions de dinars dont 1,4 millions d'origine libyenne.

Au total, l'intervention de l'Etat et des Banques dans l'exploitation touristique de l'île a renforcé la dépendance de cette activité insulaire à l'égard des centres de décision extérieurs à Djerba. En effet, la Société Hôtelière Touristique Tunisienne (SHTT) a son siège à Tunis à partir duquel elle oriente toute son activité à travers le pays. Les banques et grandes sociétés ayant investi à Djerba, elles aussi pilotent la marche de leurs établissements à partir de la capitale où se trouvent leurs bureaux centraux et leurs états-majors. Des capitales étrangères sont également intéressées par la bonne marche des affaires touristiques de Djerba, dans la mesure où certains de leurs établissements financiers ont des participations dans le capital de différentes sociétés exerçant dans l'île.

Le tableau ci-dessous récapitule les principales institutions financières et leurs réalisations.

Tableau 70. Principales institutions financières et leurs réalisations

Institutions financières	La Banque de Tunisie	Carthago	La Société Turgueness
Actionnaires	Etat	-La Compagnie Suisse de Réassurance.	Hertz Tunisie
		-La banque de Paris et des Pays Bas.	Sotecom
		-Le groupe Henrisken et Larsen	Sofiges
		-La Munchener Ruverski Cherug ³⁰⁰ .	Société le Moteur
		-La mutuelle Générale Française	Société Stumétal
		Accidents (le Mans)	
Etablissements réalisés	Hotel Menzel	-La Société Africaine de Livre et de Presse.	
		-Jerba La Douce	Dar Djerba
		-Calypso	

Source: Mzabi (1996).

c. Aides fournies par l'Etat au secteur touristique

L'Etat mise sur le tourisme parce qu'il est convaincu de ses retombées bénéfiques sur l'économie du pays. Le tourisme a créé des emplois à «bon compte». Il rapporte des devises fortes, renfloue les caisses de l'Etat grâce à la perception des impôts, et permet enfin le désenclavement de certaines régions excentrées et pauvres. Pour ces différents motifs, l'Etat a consenti des facilités et des aides financières multiples à ce secteur, dont il convient de citer les plus importantes :

- Option sur le terrain : l'administration gèle le terrain choisi par un promoteur pour une période donnée tout en intervenant pour le lui accorder à un prix bas. Dans plusieurs cas cette intervention a frôlé la spoliation des anciens propriétaires du terrain ;
- Subvention des missions d'architecture et d'études : le promoteur se voit rembourser par l'administration les frais engagés pour ces deux missions et qui s'élèvent à plusieurs dizaines de milliers de dinars ;
- Prise en charge du raccordement aux infrastructures : à la différence du propriétaire de maison neuve, le promoteur hôtelier ignore les frais découlant

³⁰⁰ Il s'agit de la Compagnie de Réassurances de Munich.

du raccordement de son établissement à la voirie et aux réseaux divers, adduction d'eau, électricité, téléphone, égouts. Là aussi, l'hôtelier économise quelques dizaines de milliers de dinars ;

- Exonération des droits et taxes de douane sur les biens d'équipements importés : ce privilège permet à l'hôtelier de gagner 200 dinars environ par lit et l'Etat enregistre un manque à gagner de l'ordre de cent mille dinars pour un hôtel de 500 lits. Ce manque à gagner est aggravé par l'exonération de la patente et autres impôts directs pendant les cinq premières années d'exercice ;
- La bonification d'intérêts : l'Etat prend en charge dans ce cas une partie du paiement des intérêts bancaires pour les prêts contractés par le promoteur. La bonification est de l'ordre de 3% par an. Cette aide est particulièrement lourde pour l'Etat et utile pour le promoteur dans la mesure où les prêts bancaires représentent une grande partie de l'investissement nécessaire par la réalisation des hôtels privés.

Toutes ces aides nous montrent l'effort consenti par la collectivité nationale dans le lancement et la consolidation de l'activité touristique du pays. Si l'Etat ne construit plus lui-même d'hôtel cela ne veut pas dire qu'il n'investit plus dans ce secteur ; bien au contraire, son engagement financier ne cesse de croître dans ce domaine.

d. Les conséquences de la politique de développement touristique sur l'île

La naissance de cette industrie hôtelière sur l'île, soutenue par les pouvoirs publics, contribue à positionner Djerba sur le sentier du développement. Il s'agit à présent d'établir un premier bilan de cette expérience.

- La place du tourisme à Djerba dans les stratégies de développement

Nous reprendrons ici la décomposition de l'évolution du tourisme en différentes périodes :

- **La première phase de 1962 à 1972, correspond à la politique de substitution à l'importation**

Durant cette phase, le gouvernement tunisien mène une politique de développement massif de l'offre touristique à Djerba. Cette phase a permis de mobiliser rapidement

l'initiative de l'Etat au départ³⁰² ; elle a bénéficié ensuite des investissements privés, vite débloqués grâce aux avantages et aux profits du secteur (le plus souvent via une importante aide publique). C'est pendant cette phase qu'une grande partie des structures d'accueil aujourd'hui disponibles ont été construites.

Elle s'est caractérisée aussi par une évolution rapide des investissements alloués au tourisme et à la capacité d'hébergement. Selon Mzabi (1976) : « *durant la décennie 1962-1972, l'Etat a dépensé plus de 6 millions de dinars tunisiens dans l'île pour la doter d'équipements qui ont profité certes à une partie de la population locale, mais ont servi le tourisme en premier lieu* ». La Banque mondiale a assurée une partie du financement de ce projet grâce à un crédit accordé à la Tunisie. En conséquence, la capacité hôtelière durant cette période a pu atteindre 6 873 lits avec 23 hôtels (Mzabi, 1974).

La bourgeoisie tunisienne a profité de la politique de substitution à l'importation et de l'étatisation de l'agriculture pour investir dans le secteur touristique.

- **La deuxième phase de 1973 à 1986 correspond à la politique libérale**

Cette période, qui a connu une forte pénétration des investissements privés, est due aux encouragements alloués aux investisseurs nationaux et étrangers et notamment à la loi 72. En effet, la privatisation et le succès ostentatoire des hôteliers ont engendré un flux massif d'investisseurs potentiels vers le secteur touristique : les industriels se détournèrent de leurs usines pour construire des hôtels. Les agriculteurs fuyaient la sécheresse de leurs champs pour investir le champ hôtelier (Mzabi, 1976). Les étrangers se sont vus offrir la garantie du transfert de leurs bénéfices. Ces conditions ont permis à l'île de disposer d'une capacité de 25 302 lits en 1986, soit 15 000 lits supplémentaires par rapport à 1973.

Pour l'ensemble des grandes zones touristiques, il est prévu un investissement global de 186.4 millions de dinars dont 168.5 millions de dinars réservés à l'hébergement c'est-à-dire à la charge des promoteurs hôteliers et 17.8 millions de dinars pour les coûts d'infrastructures, évidemment du ressort de l'Etat.

Pour la zone de Djerba, l'Etat a déboursé plus d'un million de dinars entre 1971 et 1985 pour la mise en place des infrastructures et des équipements touristiques. Il s'agit notamment de la réalisation du programme routier et des équipements pour l'alimentation en eau potable pour un coût de 1.340 millions de dinars. L'Etat a ainsi investi entre 50 et 64 dinars par lit

³⁰² Le rôle de l'Etat dans le secteur touristique à Djerba s'est fait de façon directe à travers la création de la S.H.T.T. Cette dernière a investi directement dans la construction de plusieurs établissements touristiques : hôtel Ulysse (250 lits) et hôtel Tanit (520 lits) d'une valeur de 3 221 millions de dinars tunisiens.

touristique en matière d'approvisionnement en eau, d'assainissement, réseaux d'égouts et installations. L'extension du réseau électrique et son renforcement pour répondre à la demande croissante d'énergie a coûté 2 224 milliers de dinars. La quote-part du tourisme dans cet investissement est estimée à 860 000 dinars, le reste intéressant la distribution pour la population locale. La moyenne d'investissement par lit touristique pour l'alimentation en électricité dépasse 39 dinars (Mzabi, 1976).

- **La troisième phase de 1987 à 2005 correspond au Programme d'Ajustement Structurel (P.A.S)**

Cette période a connu une véritable explosion des constructions nouvelles ainsi que de la capacité d'hébergement. L'investissement dans la zone de Djerba-Zarzis est passé de 14.180 millions de dinars en 1986 (soit 17% du total des investissements touristiques) à 46.413 millions en 2009 (15%), comme le montre le tableau ci-dessous :

Tableau 71 : Evolution de capacité d'hébergements touristiques de la région Djerba-Zarzis (1986- 2009)

Année	L'investissement dans le secteur hôtelier (en milliers de dinars)	Pourcentage du total des investissements touristiques
1986	14 180	17%
1990	19 605	17%
1991	21 970	18%
1992	25 493	19%
1993	29 298	21%
1997	100 600	28%
2001	54 118	16%
2002	87 635	25%
2003	69 424	24%
2004	84 676	29%
2005	79 397	32%
2006	72 872	36%
2007	45 669	21%
2008	43 979	17%
2009	46 413	15%

Source : O.N.T.T, 1993.

On peut remarquer que durant le redressement du secteur, commencé en 1993, les investissements touristiques ont diminué presque de moitié (passant de 100 600 milliers de dinars en 1997 à 54 225 milliers dinars en 2001). Cela s'explique par la politique adoptée qui vise plutôt à « réadapter des produits qu'à construire ». En effet, le parc hôtelier a vieilli et devient inconfortable et démodé. Malgré la diminution des investissements, la capacité hôtelière a augmenté de 15 875 lits durant la période de 1987 à 2009. L'île de Djerba dispose

ainsi d'un parc de 118 hôtels pour une capacité de 40 739 lits sachant que cinq unités hôtelières sont actuellement en construction. La mise en évidence de la répartition catégorielle de la capacité hôtelière s'avère intéressante :

Tableau 72. La répartition catégorielle de la capacité disponible en 2008

Catégorie	Capacité	%
5*	4 724	12%
4*	13 062	32%
3*	15 594	38%
2*	1 662	4%
1* et autres	5 697	14%
Total	40 739	100%

Source : Commissariat Régional du Tourisme de Djerba

Les hôtels trois et quatre étoiles ont généralement les capacités les plus importantes (70%). En 2009, le taux d'occupation moyen à Djerba est de 66%. L'île arrive en première position devant la région de Mahdia, qui affiche un taux de 62.3%. On observe un taux d'occupation annuel moyen décroissant lorsqu'on passe des hôtels les mieux classés aux hôtels non classés. En 1999, le taux d'occupation moyen des hôtels cinq étoiles est de 71.9% tandis que celui des hôtels non classés, de 34.5%. Les prévisions en matière de lits se révèlent plus juste dans les catégories supérieures. La raison de ce phénomène s'explique par le contraste entre la régularité de la clientèle riche et la volatilité de la clientèle moyenne, irrégulière selon les tour-opérateurs et la période de l'année. Un grand nombre de lits ne sont utilisés que l'été. De plus, le parc hôtelier vieillit vite, est souvent désuet, inconfortable et démodé. Par conséquent, les hôtels reçoivent de moins en moins une clientèle rentable. La concurrence impose des prix trop bas pour leur permettre une bonne maintenance. Ce qui pose des problèmes de reconversion, car la durée de vie d'un produit hôtelier est limitée. Or, la politique actuelle privilégie la course aux constructions plutôt que la réadaptation des produits.

De 1992 à 2009, le nombre de lits et d'arrivées ont ainsi été multipliés par 2,5 (2.6 et 2.43). Avec 21% de la capacité disponible de l'ensemble des régions, Djerba-Zarzis vient en première position pour toute la Tunisie devant Sousse-Kairouan qui totalise 20%. Par contre, les nuitées n'ont été multipliées que par deux (2,2). L'inadéquation est assez importante entre les projets des investisseurs et la réalité de la fréquentation. L'Etat a planifié le nombre de lits à obtenir, mais a omis de préciser la stratégie à déployer pour attirer la clientèle et la faire rester.

Tableau 73. Données statistiques pour Djerba

	1992	2009	Variation 09/92
Capacité	15 546	40 739	2,6
Les arrivés	445 411	1 082 740	2,43
Les nuitées	3 268 734	7 305 093	2,2

Source : Commissariat Régional du tourisme de Djerba (93)/ ONTT (2010).

- L'impact du tourisme sur le développement régional

Accueillir de gros contingents de touristes, qui plus est, venant de divers horizons, nécessite la réalisation d'équipements lourds. Le développement de l'activité touristique explique que l'île ait pu bénéficier ainsi de nombreuses infrastructures. Il apparaît donc fondamental de cerner l'impact de cette trajectoire, liée au tourisme, sur le développement du territoire et plus précisément sur le niveau de vie des djerbiens.

• Une île plus accessible

L'île, au départ enclavée, est désormais bien reliée au monde extérieur. D'abord par l'intermédiaire de l'aéroport, ensuite par le développement du réseau routier et l'amélioration de réseau de communication.

➤ L'aéroport international de Djerba-Zarzis³⁰³

Les équipements aéroportuaires bénéficient des plus grands soins de la part de l'Etat. La capacité de l'aéroport ne cesse de croître. Entre 1970 et 2000, le nombre de passagers est passé de 112 502 à 1.500 millions passagers. Ces dernières années, l'aéroport a subi une restructuration complète pour faire face à l'augmentation du trafic : il s'est vu équiper d'une aérogare moderne et d'une nouvelle piste pouvant recevoir les avions géants, du type Boeing 747, offrant plusieurs centaines de places. Ce qui explique qu'en 2007, il ait pu accueillir 4 millions de passagers. La grande majorité des touristes arrivent par la voie des airs. Le trafic aérien se répartit entre le trafic international régulier (15%), le trafic international irrégulier (57%) et le trafic national (28%). Outre, les équipements aéroportuaires, des bacs modernes, dont le nombre ne cesse d'augmenter, relient Djerba au continent.

³⁰³ Initialement Djerba-Mellita.

➤ Le réseau routier

Avant 1960, l'île ne possède qu'une soixantaine de kilomètres goudronnés : deux voies relient ainsi Houmt-Souk à Ajim et El Kantara pour accéder au continent. Mais depuis, le réseau routier se diversifie. Aujourd'hui, en plus des axes principaux, comme l'autoroute qui relie l'aéroport à Houm-Souk, les voies secondaires sont goudronnées et desservent bien le centre de l'île. Les routes principales sont calibrées pour faire face à un trafic routier dense. La fréquentation routière augmente rapidement avec l'accès de nombreux Djerbiens à la voiture individuelle.

Tableau 74. Les routes (unité en km)

Délégation	Routes numérotées		Régional		Local		Pistes agricoles		Total	
	Goudronnées	Non	Goudronnées	Non	Goudronnées	Non	Goudronnées	Non	Goudronnées	Non
Ajim	43.5	-	11.0	-	32.5	-	19.0	60.5	62.5	60.5
Houmt-Souk	72.5	-	26.0	-	46.5	-	44.0	22.0	116.5	22.0
Midoun	104.5	-	37.0	-	67.5	-	50.5	141.0	155.0	141.0
Total	220.5		74		146.5		113.5	223.5	334	223.5

Source : Administration Régionale des Equipements et de l'Habitat de Médenine (2004).

Les transports collectifs se sont eux aussi accrus. Alors que Djerba n'a que six taxis en 1970, en l'an 2004, elle en compte 601. Parallèlement, on observe une augmentation du nombre de louages³⁰⁴ reliant Djerba aux autres villes de pays. On dénombre 80 véhicules.

Tableau 75. Transport terrestre (privé)

Délégation	Taxis	Louage
Ajim	117	30
Houmt-Souk	293	37
Midoun	191	13
Total	601	80

Source : Administration régionale du transport (2004) Gouvernorat de Médine.

³⁰⁴ Louage : transport commun, il s'agit d'une voiture (d'un véhicule) de 7 à 10 places.

➤ Le réseau de télécommunication

Le réseau de télécommunication se densifie rapidement et permet à l'île d'être mieux reliée au continent et à l'étranger. On compte aujourd'hui 851 taxiphones, 34 points de ventes de téléphone portable (pour deux opérateurs³⁰⁵ : Tunisie télécom et Tunisiana). 3 centres d'internet³⁰⁶ et 236 centres publics de communication³⁰⁷ et 17 centres électroniques de communication³⁰⁸.

Grâce au progrès et à la variété des moyens de communication, les familles, touristes et migrants peuvent ainsi plus facilement communiquer.

Tableau 76. Télécommunication

Délégation	Centre électronique de communication	Centre public de communication	Centre d'internet	Point de ventes de tel portable numérique	Taxiphones
Ajim	3	23	-	3	62
Houmt-Souk	5	115	2	15	434
Midoun	7	98	1	16	355
Toute l'île	17	236	3	34	851

Source : Tunisie télécom-pole Médenine (2004).

- **Des équipements collectifs qui s'étendent progressivement à l'ensemble de l'île**

Avec l'apparition des hôtels, les autorités se sont trouvées dans l'obligation d'électrifier Djerba et de l'alimenter en eau.

➤ L'accès à l'électricité sur l'île

Tout d'abord, il faut installer le réseau électrique dans l'île. La Société Tunisienne d'Electricité et du Gaz (STEG) électrifie le secteur touristique avant les foyers djerbiens. Ce n'est que lentement que l'électrification privée se répand³⁰⁹. Les $\frac{3}{4}$ de l'énergie électrique consommée à Djerba sont utilisés par les hôtels alors que 12% seulement des foyers djerbiens disposent de l'électricité.

³⁰⁵ Aujourd'hui, on compte Orange comme désormais troisième opérateur.

³⁰⁶ Cabines téléphoniques.

³⁰⁷ Cabines téléphoniques.

³⁰⁸ Postes, Télégraphes et Téléphones (P.T.T).

³⁰⁹ Au départ l'énergie lui était fournie par la petite centrale de Zarzis. Celle-ci est relayée actuellement par la goulette de Gannouche.

En 2004, la consommation d'énergie électrique de l'île atteint plus de 600 000 kWh par an. Les concentrations urbaines et l'intérieur de l'île sont bien équipés ; on compte 49 042 familles bénéficient de l'électricité, soit 99.86% (cf. tableau 77).

Tableau 77. Electricité

Délégation	Nombre de bénéficiaires			Bénéficiaire d'électricité en %	
	Urbain	Rural	Total	Urbain	En %
Ajim	8 169	-	8 169	100	100
Houmt-Souk	24 527	-	24 527	99.8	99.8
Midoun	16 346	-	16 346	99.8	99.8
Toute l'île	49 042		49 042	99.86	99.86

Source : STEG, 2004, Rapport annuel des infrastructures de base.

➤ Alimentation en eau potable

Le tourisme nécessite aussi la création d'un réseau d'exploitation et de distribution d'eau potable. La desserte en eau potable est une des conséquences positives de l'activité touristique. Autrefois chaque maison disposait d'une citerne pour recueillir l'eau de pluie servant aux travaux ménagers. La plupart des foyers ont aujourd'hui l'adduction d'eau (49 042 de bénéficiaires en 2004, soit 100% d'alimentation comme le montre le tableau 78), acheminée d'une nappe située aux environs de Médenine grâce à un réseau d'aqueducs sur un parcours de 120 km. Cette eau, il faut le mentionner, est de qualité médiocre, calcaire et assez saline, et contient de 2.8 à 3.5 grammes d'extraits secs par litre. Son exploitation s'effectue à partir du continent, son transport par aqueduc³¹⁰, et l'approvisionnement des foyers est réalisé grâce aux usines de distillation de l'eau de mer.

Tableau 78. Alimentation en eau

Délégation	Nombre de bénéficiaires			Pourcentage d'alimentation		Pourcentage de liaison
	Urbain	Rural	Total	Urbain	%	Urbain
Ajim	25 060	-	25 060	100	100	95.3
Houmt-Souk	26 062	-	26 062	100	100	97.2
Midoun	57044	-	57 044	100	100	98.1
Toute l'île	49 042		49 042	100	100	96.86

Source : Société Nationale de Distribution de l'Eau (SONEDE) 2004. Rapport annuel selon les indices des infrastructures de base (2004).

³¹⁰ À partir de la région de Mareth.

➤ L'installation d'un réseau d'assainissement

Contrairement à la distribution d'eau, l'installation d'un réseau d'assainissement dans la zone touristique n'a pas profité au reste de l'île (l'exemple de la commune d'Ajim, cf. tableau 79). Seules les zones urbaines profitent partiellement des projets d'assainissement de l'Office National de l'Assainissement (ONAS). Au vu des capacités de traitement (4 250 m³ par jour) et de la consommation moyenne d'eau durant la saison estivale (20 000 m³ par jour), on comprend que le traitement des eaux usées reste un problème entier dans la zone touristique de Djerba (Gy-Jaabiri, 1998 cité par Bernard p. 53).

Tableau 79. L'assainissement

Délégation	Stations d'assainissement				Habitats liés au réseau	Pourcentage de liaison
	Nombre	Abonnées	Capacité m ³ /jour	Eau épurée m ³ /j		
Ajim	-	-	-	-	-	
Houmt-Souk	2	5 127	6 500	6 265	3 920	26.2
Midoun	2	2 197	16 030	10 050	1 680	14.4
Total	4	7 324	22 530	16 315	5 600	20.3

Source : Office National d'Assainissement, pôles Médenine et Djerba (2004).

Grâce au tourisme, l'île a connu une croissance rapide du PIB par habitant. Celle-ci s'est accompagnée d'une augmentation des revenus et de forts progrès dans les domaines de l'éducation (59 écoles, 16 438 élèves et 820 enseignants, cf. tableau 80), de santé (2 hôpitaux, 27 dispensaires et 29 pharmacies, cf. tableau 81) ou de logement (42 703 logements pour 31 402 bénéficiaires, cf. tableau 84).

Ces évolutions traduisent une caractéristique de la société tunisienne : le développement d'une large classe moyenne composée de fonctionnaires, de salariés du secteur moderne et de petits entrepreneurs. Ces résultats sont le fruit des politiques d'éducation et de revenus (le relèvement d'un salaire minimum) dans les années 70 et 80. Il s'en est suivi une forte réduction de la hiérarchie des salaires : l'éventail entre le salaire minimum et celui des cadres a diminué environ de moitié en une vingtaine d'années (cf. chapitre 1, p. 53).

Tableau 80. Education en 2004

Délégation	Ecoles	Nombre d'élèves	Enseignants	Moyenne d'élèves par enseignant
Ajim	12	2 981	134	22.2
Midoun	26	7 362	385	19.1
Houmt-Souk	21	6 095	301	20.2
Total	59	16 438	820	20.5

Source : Administration Régionale d'Education et de la Formation (2004).

Par ailleurs, les conditions sanitaires et de logement se sont beaucoup améliorées³¹¹. D'après le tableau 82, le nombre de médecins pour un millier d'habitants a été multiplié par 8.5 en vingt quatre ans, celui des dentistes par seize et celui des infirmiers par 37. Certes, le nombre de lits dans les hôpitaux par habitants n'a pas varié, mais la médecine est en progrès : il y a 35 ans l'environnement sanitaire était semblable à celui du tiers-monde. Aujourd'hui, Djerba bénéficie d'un environnement médical proche de celui d'un pays développé.

Tableau 81. Santé en 2004

Délégation	Hôpitaux		Polycliniques et cliniques			Dispensaires	Pharmacies
	Régional	Local	Médecine générale	Médecine spécialisée	Scanner et dentiste		
Ajim	-		5	-		6	2
Houmt-Souk	1		17	28	12	11	16
Midoun		1	11	4	3	10	11
Total	2		33	32	15	27	29

Source : Administration régionale de la santé publique (2004).

Tableau 82. Environnement sanitaire et accès à l'électricité et à l'eau potable

Santé	Effectifs par millier d'habitants				
	Médecins	Dentistes	Pharmaciens	Infirmiers	Lits d'hôpital
1960	1	-	1	2	
1980	4		2	4	
1990	6	1		15	
2004	34	16	22	151	

➤ Logement

Les conditions de logement sont également meilleures, comme l'indiquent les données du tableau ci-après, concernant l'accès à l'électricité et à eau potable.

Tableau 83. Accès à l'électricité et à l'eau potable (de 1966-2004)

	(Pourcentage de ménages)	
	Electricité	Eau potable à domicile
1966	24	40
1989	73	58
2004	99.86	100

Source : Annuaire statistique de la Tunisie (INS, 2005).

³¹¹ Etant donné l'absence de statistiques, pour Djerba, sur le nombre des médecins, dentistes, pharmaciens et infirmiers durant les années 1960-1980, ont été prises en compte les données nationales.

Le programme d'habitat est géré par les municipalités et par la Société Nationale Immobilière Tunisienne (SNIT). Parmi les principales réalisations, signalons la cité Zaïed à Houmt-Souk (300 logements), construite pour les besoins de la main d'œuvre touristique. Vu sa position géographique, la ville de Midoun devient le lieu d'implantation des cités : à proximité de la cité Essalem (122 logements) s'étend la plus importante cité de l'île, la cité Erriadh (732 logements, implantés sur trente hectares). Les trois quarts des locataires y sont des familles. Ajoutons que le tourisme a également généré le développement des activités de services ainsi que l'essor des équipements collectifs en milieu urbain.

Parallèlement à cette transformation profonde des modes de vie, deux phénomènes migratoires, ayant un impact sur le secteur du logement, doivent être mentionnés : le ralentissement de l'exode rural des djerbiens et l'arrivée massive des travailleurs immigrés. La forte demande de logements induite exige alors la construction de nombreux programmes d'habitats collectifs. Voient ainsi le jour de nouveaux centres urbains tels Midoun, Ajim, El May et Guellala. L'armature urbaine, organisée traditionnellement autour d'Houmt-Souk, se recompose par l'émergence de ces nouveaux noyaux urbains.

Nous remarquons que le nombre de logements a nettement augmenté, comme l'indiquent les données du tableau suivant :

Tableau 84. Répartition de logements et ménages

Délégation	1975		1984		1994		2004	
	Nombre de logements	Nombre de ménages	Nombre de logements	Nombre de ménages	Nombre de logements	Nombre de ménages	Nombre de logements	Nombre de ménages
Ajim	3 674	3 286	3 970	3 617	4 729	4 133	7 015	5 274
Houmt-Souk	5 491	5 417	8 716	7 846	11 822	10 060	19 642	14 767
Midoun	5 169	4 683	6 475	5 672	9 020	7 366	16 046	11 361
Total	14 334	13 386	19 161	17 135	25 571	21 559	42 703	31 402

Source : Institut National de la Statistique (2005).

La population connaît donc un rythme de croissance très élevé du fait d'un taux de natalité proche de 17,9‰³¹³ en 2004, contre 17,1‰ au niveau national. Cela est essentiellement dû à une croissance démographique nouvelle. En effet, l'île de Djerba a toujours été très peuplée grâce à ses statuts d'île et d'oasis qui attiraient les populations

³¹³ En absence des données pour Djerba, on a pris le taux de natalité du gouvernorat de Médenine fournis par l'INS (2006).

riveraines. Par conséquent la densité humaine y est élevée, puisque de 270 h/ km² (INS, Recensements de 2004).

➤ L'urbanisation

Le tissu urbain devient plus dense dans l'arc touristique et dans les trois villes administratives.

- ✓ Houmt-Souk, au départ simple marché, s'est mué en un véritable centre polyfonctionnel disposant de nombreux services. Mais parvenue aujourd'hui à saturation, elle trouve un exutoire à sa croissance dans la localité de Mellita. La croissance rapide et, par certains aspects anarchiques de la ville d'Houmt-Souk et des nouveaux centres, révèlent les transformations profondes et soudaines de la société et de l'économie djerbienne. Cependant, la hausse des valeurs foncières et immobilières engendrées par le tourisme fait de Houmt-Souk une zone répulsive.
- ✓ La ville de Midoun, d'un centre de zone rurale, est passée après l'implantation touristique à un des pôles les plus importants de l'île. Proche de la zone touristique, elle a dû répondre à la demande en logements des nouveaux arrivants et a bénéficié pour se développer des apports économiques du tourisme. L'urbanisation se développe³¹⁴ donc autour de l'arc touristique, bouleversant des localités comme Ouled Amor, Mahboubine, Arkou et El Haddada. De Midoun au littoral, ce n'est qu'urbanité : habitats divers, commerce de proximité et autres services. Le tourisme a donc bouleversé profondément l'organisation territoriale de l'île. Un territoire vide s'est densifié et urbanisé.
- ✓ En revanche, la commune d'Ajim connaît des taux de croissance plus faibles. Ceci peut s'expliquer par deux raisons : cette commune ne connaît pas le même développement que les deux autres communes de Djerba, de plus, elle possède le plus grand nombre d'immigrés.

³¹⁴ Les municipalités essayent, par l'intermédiaire de plans d'urbanisme, de gérer l'urbanisme galopant. Les normes pour obtenir l'autorisation de construire sont exigeantes, les zones qui ont un plan d'urbanisme exigent de celui qui veut construire l'achat d'au minimum 2 500 m² de terrain.

Conclusion

Le tourisme a permis ainsi à l'île de Djerba de bénéficier du statut de zone prioritaire pour l'équipement. C'est dans ce cadre que s'inscrivent l'électrification et l'extension du réseau d'adduction d'eau courante. Cette expansion s'est accompagnée du retour d'un nombre important de Djerbiens émigrés. Il en résulte que la consommation moyenne annuelle par habitant vient désormais juste après celle de la région de Tunis et du Sahel. Néanmoins, paradoxalement, le tourisme, activité moderne mais concentrée et puissante, a étouffé plusieurs secteurs économiques de l'île au lieu de les réactiver. Des problèmes d'équilibre se posent déjà et risquent de s'amplifier dans un futur proche, notamment ceux liés à l'environnement, l'économie, mais aussi à la cohésion sociale.

Section 2. Le système touristique djerbien : fonctionnement, contraintes et perspectives de développement

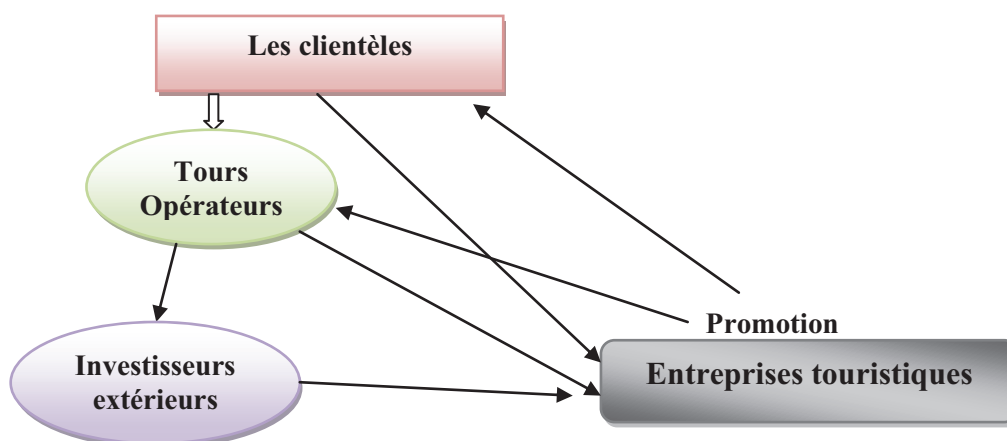
Aujourd'hui, le secteur touristique à Djerba connaît plusieurs défis dans un contexte d'ouverture croissante des industries et de la mondialisation du secteur, dans lequel se manifeste une demande plus exigeante des clients et des opérateurs internationaux. Cette nouvelle donne modifie la structure de l'offre. Les stratégies des firmes touristiques contribuent à remettre en question le schéma vertical³¹⁵ traditionnel de la filière par des prises de contrôle, des partenariats et des franchises. Ces stratégies se multiplient dans un contexte d'intégration du marché mondial du tourisme. Face à cette concurrence extérieure, l'enjeu n'est pas mince pour les hôteliers Djerbiens, puisqu'il s'agit d'exister pour certains et de survivre pour d'autres sur le marché mondial, tout en étant capables de rivaliser avec des opérateurs de taille internationale. Dès lors, se posent les questions suivantes : comment fonctionne le secteur touristique djerbien et quelles sont ses contraintes de développement ? Pour y répondre, une description de l'activité touristique s'impose, passage obligé pour cerner les contours des problèmes du secteur.

³¹⁵ Dans ce schéma, le voyageur contrôle le transport, l'hébergement et la distribution. Notons que ce schéma s'oppose à la stratégie horizontale, laquelle consiste à une prise de participation chez d'autres voyageurs d'autres pays.

2.1- Description de l'activité touristique à Djerba

La description de l'activité touristique consiste à présenter ici le fonctionnement du marché du tourisme sur le territoire de Djerba. Les principaux acteurs de l'offre et de la demande, recensés dans le schéma ci-après, définissent le système touristique djerbien :

Figure 36. Esquisse du système touristique à Djerba



Source : Elaboration personnelle.

Nous commencerons par les acteurs de la demande.

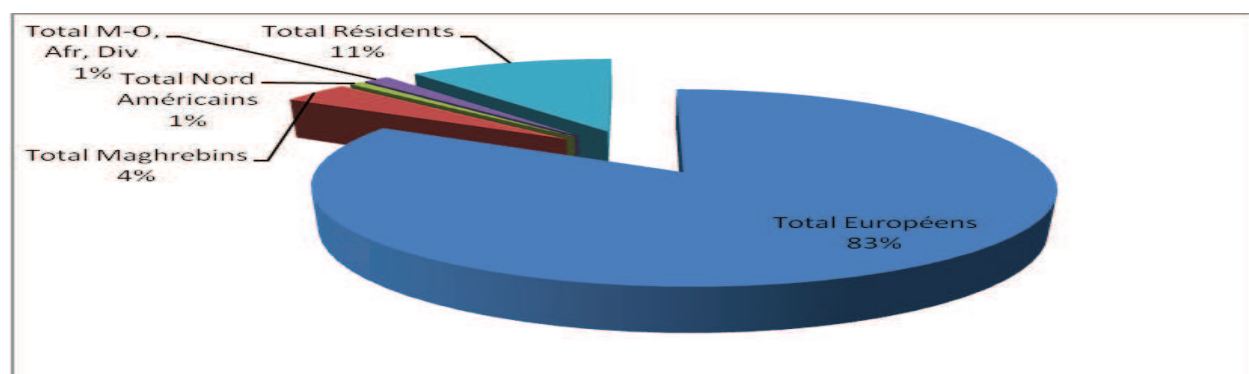
2.1.1- Les clientèles

À l'image du tourisme tunisien, le marché touristique à Djerba est dominé par la clientèle européenne qui représente une grande part des personnes visitant Djerba, malgré le flux important de touristes maghrébins qui s'est manifesté ces dernières années.

En effet en 2005, les Européens représentent 83% des entrées, le marché intérieur³¹⁶ 11% (148 727), les Maghrébins 4% et les Autres 2%, (Nord Américains, Moyen-Orient, Africains et Divers, cf. figure 37).

³¹⁶ Les résidents et les tunisiens à l'étranger.

Figure 37. Répartition du marché touristique de Djerba



Source : Stat. ONTT (2006).

a. Le marché européen

La représentation habituelle du touriste à Djerba est celle d'un Européen, épris de soleil et de baignades. Ce n'est d'ailleurs pas tout à fait faux, les pays d'Europe fournissant plus de 83% de touristes en 2005 comme nous venons de le voir. Les arrivées européennes s'élèvent à 1 133 436 en 2005, soit une progression annuelle de 5% en moyenne par rapport à 1996 (745 821 touristes). Plus précisément les nuitées européennes correspondent à 8 305 740 en 2005 contre 5 931 778 en 1996.

Tableau 85. Nuitées et entrées des touristes européens

	1996	2005	TCAM
Total Européen	745 821	1 133 436	5%
Nuitées européennes	5 931 778	8 305 740	4%

Source : Stat. ONTT, 2006.

Cinq pays de l'Europe de l'Ouest sont les principaux fournisseurs de touristes à Djerba : la France, l'Italie, l'Allemagne, la Suisse et la Belgique. Il convient cependant d'analyser cette évolution plus finement selon les nationalités, c'est-à-dire selon les marchés émetteurs. Le taux de croissance annuel moyen de 5% d'arrivées de touristes européens, mentionné dans le tableau 85, résulte de plusieurs facteurs. Mais cette valeur agrégée ne reflète pas le fait que dans le temps ou selon les pays, il y a eu de nombreux bouleversements économiques et conjoncturels³¹⁷.

³¹⁷ Les éléments conjoncturels qui ont pu affecter le tourisme tunisien sont multiples. La guerre du golfe a entraîné une quasi paralysie du secteur touristique à Djerba. Ainsi, l'attentat de Djerba contre la synagogue de Ghriba en 2002 a touché le secteur touristique et notamment le marché allemand.

Le premier marché touristique à Djerba est le marché français. En effet, depuis 1954, date de la création du "Club Med" à Djerba qui marque la «naissance» du tourisme djerbien, cette île a connu une grande affluence de touristes français. Selon le commissariat du tourisme de Djerba-Zarzis, le marché français demeure un marché potentiel attractif : comme pour l'ensemble de la Tunisie, l'activité touristique et les habitudes de vacances des français ont la particularité d'être très stables. Ainsi, parmi les 495 606 touristes français ayant visité la Tunisie en 2005, 42% d'entre eux sont passés par Djerba. Le volume des nuitées quant à lui, a atteint 3 363 098. Nous remarquons que le nombre de touristes français a augmenté de 9% en moyenne annuelle par rapport à 1996.

Le marché allemand, qui se distingue par de longues durées de séjour (entre 10 et 13 jours) et des recettes et des entrées de devises plus importantes, tarde à retrouver le niveau de performances connu en 1996 (248 740 arrivées) et de 1999 et 2000 (800 000). En 2005, ce flux ne représente plus que 152 880 arrivées, soit une diminution de 5% en moyenne annuelle par rapport à 1996. En effet, au lendemain de l'attentat contre la synagogue de Djerba, les allemands commencent à désertir Djerba, laissant la place aux italiens en 2005.

Le marché italien est en majorité constitué de voyages organisés. Les italiens représentent 33% du marché tunisien total. Djerba occupe une position importante dans les destinations balnéaires des italiens arrivant en Tunisie. L'île a ainsi accueilli 190 518 touristes italiens en 2005 pour un total de 1 408 107 nuitées. Djerba a longtemps connu une influence romaine, comme en témoigne la chaussée romaine reliant Djerba à Zarzis³¹⁸, liens qui en font une destination de choix pour les touristes italiens.

Tableau 86. Principaux marchés de l'Europe de l'Ouest

	1996	2005	Taux de Croissance Annuel Moyen (TCAM).
Français	236 883	506 487	9%
Allemands	248 740	152 880	-5%
Italiens	122 695	190 518	5%

Source : Plan Bleu (1999), O.N.T.T (2006).

D'autres marchés sont importants, parmi ceux-ci le marché Belge (69 982 touristes) et le marché Suisse (38 628) en 2005. Ces cinq marchés représentent à eux seuls 70% du total des touristes visités Djerba. Nous remarquons ces dernières années l'arrivée des touristes de l'Europe de l'Est. Ce flux de 92 923 touristes se répartit de la manière suivante : les tchèques

³¹⁸ Presque 6 kms de chaussée.

(59 293), les polonais (14 906), les slovaques (12 250), les russes (1 753), les yougoslaves (1 037), les romains (236) et les bulgares (52). Ce développement du marché de l'Europe de l'Est s'inscrit dans le cadre de la nouvelle stratégie de l'ONTT de conquête de nouveaux marchés.

b. Marché intérieur

Le tourisme interne à Djerba est très répandu (148 727 touristes, soit 11% du marché). En effet, les tunisiens ont en grande partie l'habitude de passer leurs vacances en famille sur de courtes périodes. Il est important de souligner que cette catégorie de touristes apporte énormément de moyens financiers au secteur touristique tunisien. En effet, il apparaît que les tunisiens consacrent un budget très conséquent à leurs vacances et pendant cette période effectuent de nombreuses dépenses.

Tableau 87. Répartition du marché intérieur en 2005 à Djerba

	Nombre	%
Tunisiens résidents à l'étranger	741	0.5 %
Résidents tunisiens	147 986	99.5 %
Total	148 727	100 %

Source : Stat. Commissariat du tourisme de Djerba, 2006.

Actuellement, le tourisme intérieur occupe la 4^{ème} place pour le nombre de touristes (148 986) et la 5^{ème} place pour les nuitées, avec 9% des nuitées globales.

c. Le marché maghrébin

Représentant 3% dans le total des arrivées des non résidents, les arrivées maghrébines ont connu sur les périodes 1996-2005 une croissance de 4% en moyenne annuelle, due notamment à la reprise du marché libyen (+12%). Ainsi, 50 180 arrivées ont été enregistrées contre 36 436 en 1996.

Tableau 88. Evolution du marché maghrébin 1996-2005

	1996	2005	Taux de croissance annuel moyen
Total des maghrébins	36 436	50 180	4%

Source : Stat. ONTT (2006).

Principal marché en entrées et nuitées, les libyens représentent 83% des entrées maghrébines à Djerba en 2005, devant les algériens (16%) comme le montre le tableau suivant.

Tableau 89. Entrées des touristes maghrébins

	Entrées 2005	%
Libyens	41 594	83%
Algériens	7936	16%
Marocains	650	1%
Total	50 180	100%

Source : Stat. ONTT, 2006.

D'une manière générale, le tourisme maghrébin amène au secteur touristique djerbien un flux non négligeable de liquidités. Au contraire des touristes européens, la clientèle maghrébine ne vient pas à Djerba par l'intermédiaire de tour-opérateurs, mais plutôt par ses propres moyens.

Par ailleurs, il est à noter que la demande maghrébine, notamment libyenne est devenue importante pour des raisons de proximité géographique. Les Libyens, pour leur part, cherchent à Djerba surtout le défoulement, la distraction, mais y vont aussi pour des soins³¹⁹. Cependant, malgré les sommes d'argent importantes qu'ils dépensent lors de leur passage, les retombées ne sont pas significatives car leurs durées de séjours restent courtes (2 à 3 jours). Les Algériens préfèrent quant à eux visiter Hammamet (42 569, en 2005). La clientèle marocaine visitant Djerba est constituée principalement d'hommes d'affaires et d'émigrés d'Europe.

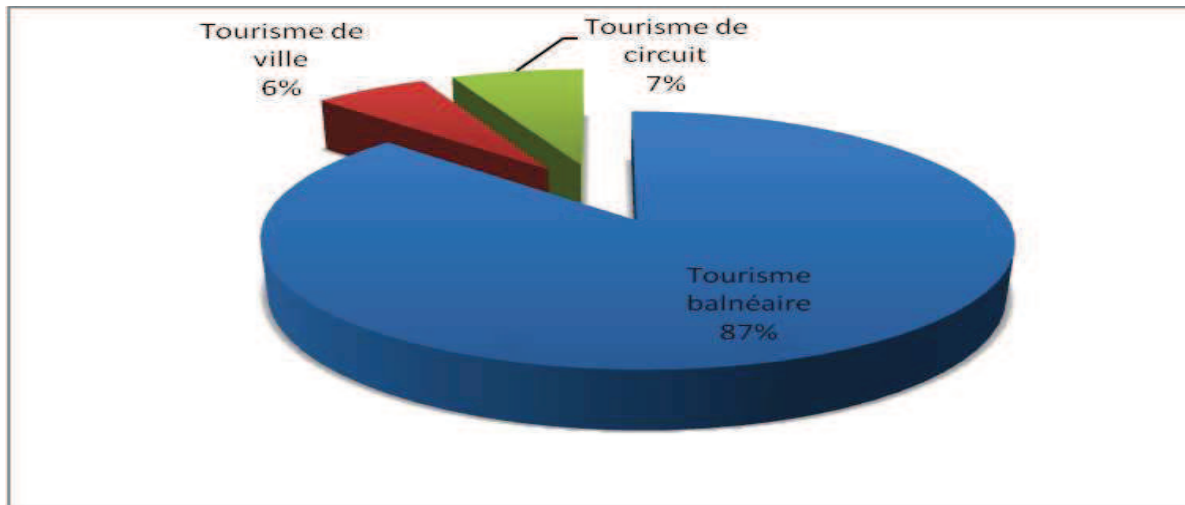
Il nous faut, après la demande, nous pencher sur l'offre touristique de l'île.

2.1.2- Les principaux produits touristiques

Les principaux produits touristiques à Djerba se répartissent en trois catégories : vacances, affaires, visites d'amis et parents. Les vacanciers se subdivisent en trois segments, selon le type de vacances : séjour balnéaire (87%), séjour dans la ville (6%) et circuit (7%) (O.N.T.T, 2006). Le tourisme balnéaire reste le motif principal du séjour et l'hôtel, le type d'hébergement préféré. La part des clubs de vacances, bien que faible, a tendance à progresser.

³¹⁹ Les libyens disposent à Djerba de cinq cliniques pour se soigner : la polyclinique Djerba la douce, qui a plusieurs spécialités dont la chirurgie esthétique, la polyclinique Yasmine, le Centre Djerba Dialyse et la polyclinique Echifa pour les urgences.

Figure 38. Répartition par motivation



Source : Stat. ONTT (2006).

Quatrième composante, nous observons ces dernières années le développement d'un tourisme de niches dans les domaines de la santé, de la culture et du golf.

a. Tourisme de santé

Djerba dispose de plusieurs cliniques privées, d'un nombre important de centres de thalassothérapie aux normes internationales, équipés d'installations aussi performantes que celles des pays européens. L'offre en matière de centres de thalassothérapie³²⁰ à Djerba connaît une croissance rapide ces dernières années et permet ainsi à l'île de se positionner au premier rang des destinations pour cette activité en Tunisie (la moitié de l'offre est concentrée autour du Djerba qui va vraisemblablement devenir aussi la capitale du thermalisme tunisien). Deux opérateurs se partagent le marché à Djerba : Phytomer et Vital Center International. Ce dernier opérateur tunisien est leader sur le marché avec 12 centres en activité à Djerba. (cf. tableau 90).

Les différentes centres opèrent en lien avec des hôtels de prestige 4 étoiles ou 5 étoiles ; certains sont intégrés à des hôtels 3 étoiles. Ils offrent des infrastructures neuves, de grande qualité, utilisant les techniques les plus modernes, ce qui leur permet de rivaliser aisément avec leurs concurrents français.

³²⁰ Un couple de médecins a su convaincre les palaces d'installer ces centres de thalasso.

Tableau 90. Liste des hôtels spécialisés dans la thalassothérapie

Opérateur des centres de thalassothérapie	Noms des hôtels
Vital center	Hasdrubal Thalassa, Yadis Thalasso et Golf, Club Med, Les Nomades, Les quatre saisons
Phytomer	Hôtel Karthago, Hotel Dar Zahra, Hotel Mirmar Athénée Thalasso

Source : Recherche personnelle.

La diversité géologique exceptionnelle de Djerba est un environnement adéquat pour la pratique des sports et loisirs de nature. L'offre d'activités sportives s'est beaucoup développée d'abord à travers les associations, puis par les entreprises. Des aménagements publics ont accompagné cet essor ; les activités de pleine nature surtout, aussi bien terrestres (golf, randonnées,...), aériennes (parapentes, deltaplane,...) qu'aquatiques (canyoning, surf, ski nautique,...) sont en pleine croissance à Djerba. L'offre d'activités de loisirs s'est ainsi beaucoup diversifiée ces dernières années.

b. Tourisme culturel

La préservation et la mise en valeur du patrimoine de Djerba sont une préoccupation relativement récente, mais qui se généralise. En effet, Djerba dispose de jardins publics et privés, de plusieurs musées : l'exemple du Musée des arts et traditions populaires de Houmt - Souk qui permet de découvrir les richesses folkloriques de l'île³²² ; ou encore le musée de Guellala³²³ qui expose essentiellement le patrimoine djerbien. Avec plus de 4 000 m² d'exposition, il offre une série de pavillons indépendants développant chacun un thème³²⁴. Il reçoit environ 100 000 visiteurs par an dont 30% de Tunisiens. Jamâa Fadhloun, mosquée³²⁵ transformée en musée, permet au visiteur de découvrir comment les mosquées servaient de refuge aux habitants lors d'attaques et de sièges et leur permettaient de se défendre et d'assurer leur survie³²⁶. Se multiplient les écomusées et les établissements à thèmes : par exemple le parc à thèmes³²⁷ « Djerba Explore », s'étendant sur 12 hectares, abrite un village traditionnel djerbien reconstitué ou encore le «Lella Hadrhria Museum» présente un panorama de l'art tunisien et du monde arabo-islamique, un circuit du patrimoine djerbien et la plus grande

³²² Costumes de divers groupes sociaux, bijoux fabriqués par les artisans juifs, exemplaires du Coran, ustensiles de cuisine, etc.

³²³ Ouvert en 2001.

³²⁴ Fêtes, traditions et coutumes, artisanat, mythes et légendes, musique traditionnelle, mosaïques ou encore calligraphie Arabe.

³²⁵ Située à proximité de la route reliant Houmt- Souk à Midoun.

³²⁶ En effet, cette mosquée possède son propre four pour la fabrication du pain, sa propre citerne à eau, etc.

³²⁷ À proximité du phare de Taguermess.

ferme aux crocodiles de méditerranée, dont notamment un bassin accueillant 400 spécimens ramenés de Madagascar et d'Afrique du Sud, sur 20 000 m². Des produits de découverte liés au milieu aquatique, des marchés de plein air, marchés forains et marchés couverts. Djerba possède un site archéologique, Borj Ghasi Mustapha, dont la fréquentation avoisine les 30 000 entrées (ONTT, 2004).

Les activités de Djerba s'inscrivent aujourd'hui dans le contexte patrimonial et culturel de la région. Elles mettent en valeur les caractéristiques et les spécificités territoriales de l'île. Les sites et les paysages sont des atouts majeurs pour le développement touristique de Djerba. Leurs libres découvertes font partie intégrante des activités de loisirs. En effet, l'accès gratuit aux nombreux espaces remarquables du littoral (plage) et de l'intérieur de l'île (marchés, l'artisanat) incite à la fréquentation.

Les prestations offertes à Djerba sont principalement axées sur la valorisation des atouts naturels et culturels de l'île. L'impact de ces différentes activités représente un atout important pour l'économie locale.

c. Le tourisme de golf

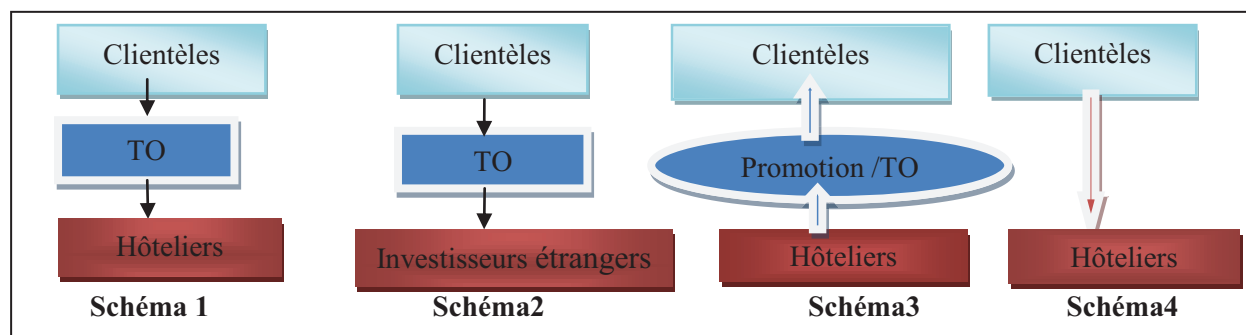
Cette montée en gamme du tourisme djerbien passe également par le développement des activités de golf. Avec un terrain opérationnel, elle est en passe de devenir un pôle d'attraction majeur : « *le golf est devenu un motif privilégié de voyage* » (Scemama, 1999). C'est le parcours le plus proche de l'Europe. Pour les Allemands, il est beaucoup moins cher de venir jouer ici que de prendre une carte de club chez eux, affirme Catherine Katoui (1999), une française qui gère le club.

2.1.3- Les acteurs de l'offre touristique djerbienne

L'offre touristique djerbienne est assurée par deux grandes catégories d'acteurs : les « producteurs en gros » (tour-opérateurs et investisseurs extérieurs) et les hôteliers tunisiens. Les relations entre ces deux groupes évoluent cependant au cours du temps (cf. le schéma ci-dessous). Initialement la structuration de l'offre était marquée par la domination du premier groupe, les tour-opérateurs et les investisseurs extérieurs, considérant les hôteliers tunisiens comme de simples sous-traitants selon une logique d'intégration verticale. Néanmoins, lentement, les hôteliers tunisiens par une diversification de l'offre, comme l'illustre la

politique de niches évoquée précédemment, cherchent à s'affranchir de ces intermédiaires encombrants en tissant des relations directes avec leurs clients, bénéficiant pour cela du concours précieux des nouvelles technologies. Si bien qu'à côté des schémas historiques 1 et 2 cohabitent aujourd'hui de nouveaux schémas, les schémas 3 et 4, révélant des hôteliers tunisiens de plus en plus maîtres de leur destin.

Figure 39. Fonctionnement du secteur touristique à Djerba



Source : Elaboration personnelle.

a. La domination des tour-opérateurs

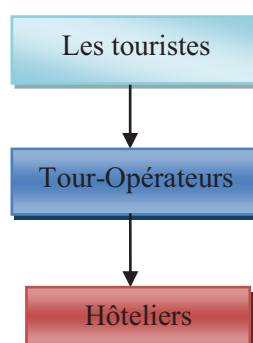
L'intervention des tour-opérateurs dans le tourisme à Djerba prend principalement deux formes selon la nature du produit touristique : l'élaboration du séjour touristique sous l'aspect d'un « package » prêt à consommer et l'investissement direct dans l'activité touristique.

- Le séjour touristique conçu comme un «package» prêt à consommer

Comme le montre le schéma ci-dessous, le tourisme djerbien est pour l'essentiel un tourisme de masse avec une clientèle européenne de classe moyenne prépondérante (plus de 70%). Celle-ci opte pour les contrats à forfait complet (réservation, transport aérien, pension complète ou demi-pension, excursions...). Ce type de tourisme favorise l'intervention massive des voyagistes internationaux et surtout européens. Ces professionnels européens du tourisme sont surtout de nationalité Française (Nouvelles frontières, ACCOR, Club Med...), Allemande (TUI³³⁰), italienne (Franco Rosso) et Turque (Marmara).

³³⁰ Sa part de marché en Tunisie est de 13 % en termes de nuitées ; TUI avec 10.2 %, ITS 6 % et Etapes nouvelles 5 % de part de marché sont les principaux opérateurs européens en Tunisie (Soussi, 2009).

Figure 40. La domination des tour-opérateurs



Ces tour-opérateurs appliquent une politique tarifaire de produit qui s'inscrit dans une dimension de démocratisation des vacances et des voyages touristiques. En 2002, le groupe Nouvelles Frontières³³¹ a fait voyager plus de 75 000 touristes vers Djerba. Il gère directement une capacité hôtelière de lits sous la formule appelé «Palidien». Selon Suissi (2009, p.155), *l'agence «Hannibal Tourisme Culture» s'occupe de toute l'organisation des voyages touristiques dans le pays. Elle est le lien entre les filiales du groupe, les autres prestataires de services locaux et le siège en France* ». En plus de son rôle dans l'élaboration du séjour sous forme de package, ce tour-opérateur est le propriétaire de l'hôtel « Club Le Djerba » (486 lits). Pour le marché allemand, le tour-opérateur TUI (Turistik-Union International), numéro un mondial du secteur touristique (Bostnavaron, 1996), a géré près de la moitié des lits de l'île en 1999. Il a créé le Club Robinson, une sorte de "Club Med" réservé aux Allemands.

Ces marchés européens sont gérés aussi par d'autres tour-opérateurs. Nous pouvons citer l'exemple d'Abou Nawas qui dispose d'agences propres dans la plupart des pays européens (Paris, Londres, Bruxelles, Frankfurt...) et d'une représentation au Koweït pour attirer la clientèle des pays Arabes. «Alpha Tours» est un exemple de tour-opérateur tunisien implanté en Allemagne. Cette agence a été créée en 1980 par le Consortium Tuniso-Koweitien de Développement (C.T.K.D) pour commercialiser la chaîne hôtelière Abou Nawas (selon Miossec, 1996). Le groupe turc « Marmara »³³³ représente la plus grande capacité hôtelière du Bassin Méditerranéen. En période de pointe, il peut accueillir jusqu'à 7 000 vacanciers. À lui seul, il réalise plus de 10% du trafic « club de vacances » émis sur le marché français à destination de la Tunisie. Sa capacité hôtelière totalise 3 200 chambres, lui permettant

³³¹ Nouvelles Frontières est l'une des sociétés qui adopte depuis les années soixante-dix une politique agressive de produits et de prix et qui s'impose aujourd'hui comme le spécialiste du bassin méditerranéen, notamment du Maroc, de la Tunisie et des DOM (les Antilles et la Réunion), pour la France.

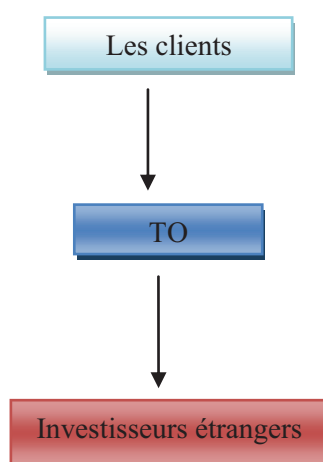
³³³ C'est le premier voyageur spécialiste de la Tunisie sur le marché français. En 2004, il a drainé 155 000 clients français vers le marché tunisien (stat. Enquête personnelle, ONTT, bureau de Paris). Source : <http://www-tourmag.com>.

d'accueillir 100 000 clients. Marmara a repris en 2004 le complexe Dar Djerba pour une première location gérance de six ans, contrat qui a été reconduit jusqu'en 2016³³⁴.

- **La présence des tour-opérateurs comme investisseurs étrangers**

Le recours des établissements hôteliers tunisiens à la gestion par des sociétés étrangères est actuellement un phénomène à tendance exponentielle (fig. 42). Les voyageurs sont en effet de plus en plus nombreux à explorer la voie du partenariat privilégié avec les hôteliers (assistance technique, gestion, location et franchise). Les contrats de ce type couvrent en 2005, 29% de la capacité hôtelière gérée par des tour-opérateurs, ce qui représente 19 hôtels avec 12 394 lits. Ils intéressent les catégories cinq, quatre, trois et deux étoiles (les catégories 3 et 4 étoiles totalisent 41% des unités avec plus de 4 691 lits, suivies par la catégorie 5 étoiles avec 4 unités (15%), et enfin de 5 unités de 2 étoiles et de villages de vacances totalisant 5 177 lits, cf. tableau 90).

Figure 41. Tours opérateurs comme investisseurs étrangers



³³⁴ Selon Nabil Habli, directeur général d'exploitation du club Marmara de Djerba.

Tableau 91. Principales Sociétés Internationales de gestion opérant à Djerba

Société et nom de l'hôtel	Catégorie	Lits
Iberostar		
Jerba Beach	3*	366
ACCOR		
Coralia Club Beach	4*	293
Coralia Iella Hadria	2*	279
Palm Beach Sofitel	5*	268
Vincci		
Vincci Jerba Resort	4*	416
Vincci Alkantara Thalassa	5*	304
RIU		
RIU Mehari Jerba	3*	600
RIU Palace Royal Garden	5*	600
Iberotel		
Mehari	3*	600
Magic Life		
Dar Midoun	4*	562
Club MED		
La douce	VV	1235
La fidèle	VV	1200
Meridiana (ex Nomade)	VV	1188
Marmara		
Dar Djerba	4*,3* et appart hôtel	2629
-Dar Zahra	3*	705
-Dar Yasmine	3*	604
-Dar Dahlia	4*	598
-Dar Nargess	3*	722
Dar El Manara	Appart hôtel	340
MOVEMPICK		
Radissan-	5*	528
Abou Nawas		
Abou Nawas Jerba	4*	500
Nouvelles Frontières		
Club le Djerba	4*	486
Total		12 394

Source : Recherche personnelle.

L'intervention des tour-opérateurs étrangers se fait selon quatre formes de contrats. En effet, la plupart de ces contrats débutent par des contrats d'assistance technique ou de développement ³³⁵ ; ils s'accompagnent le plus souvent d'un contrat de location ³³⁶ ou de gestion. Les contrats de location peuvent être publics ou privés : le "Club Med" couvre en 2005 31 % de la capacité hôtelière louée à des T.O étrangers, concrètement 3 hôtels avec 3 623 lits, soit 48.7 % des établissements confiés à des T.O étrangers.

³³⁵ La chaîne étrangère se charge d'assister l'unité hôtelière dans l'élaboration de l'étude technique d'avant projet, l'exécution des travaux, les installations techniques, l'approvisionnement et la gestion hôtelière. La rémunération est forfaitaire et dépend du niveau d'assistance offert par la chaîne (ONTT, 1999).

³³⁶ C'est un contrat entre le propriétaire de l'hôtel et le locataire étranger qui exploite l'unité pour son compte et paye une rémunération fixe ou variable (ONTT, 1999).

Le groupe Marmara, quant à lui, loue et gère le complexe Dar Djerba, composé de quatre hôtels³³⁷, propriété d'un consortium libyen d'investissement. En ce qui concerne la conception et la gestion³³⁸, le groupe Accor³³⁹ est l'exemple-type d'une chaîne hôtelière impliquée dans cette stratégie globale du fait de son envergure internationale et de sa présence dans les multiples créneaux de l'activité hôtelière. Par ailleurs, ce groupe développe une stratégie active de prise de participation : l'enseigne Sofitel quatre étoiles du groupe Accor prévoit quatre étoiles et quatre étoiles de luxe pour la clientèle d'affaires et, sous les labels «Coralia» et «Thalassa», pour «l'hôtellerie d'agrément». À Djerba le groupe présente deux hôtels³⁴² : Palm Beach Sofitel (5*) et Coralia Club Beach (4*) (cf. tableau ci-dessus). Sont également présentes à Djerba les chaînes de gestion Inberotel, Magic life, Club Med. Les contrats de franchise sont très limités dans leur nombre à Djerba par rapport aux deux types précédents. Nous pouvons citer l'exemple de la chaîne El Mouradi du groupe M'hiri qui a conclu des contrats de franchise, de marketing et commercialisation avec le groupe espagnol Sol Méliá et bénéficie d'une assistance de ce dernier notamment par le détachement des cadres (pour le Djerba Menzel, hôtel quatre étoiles, 1 262 lits, par exemple).

b. Les hôteliers tunisiens (les chaînes hôtelières et de luxe)

Chaînes hôtelières et l'hôtellerie de luxe apparaissent aujourd'hui comme deux segments en pleine croissance.

- Les chaînes hôtelières Tunisiennes

Les chaînes hôtelières³⁴³ tunisiennes jouent, à l'instar des grands tour-opérateurs, un rôle prédominant et déterminant dans le développement du tourisme à Djerba. "El Mouradi" et "Amouri" et Dar Jerba, les trois principales chaînes implantées à Djerba, totalisant 9 hôtels et une capacité de 5 329 lits (cf. tableau 92).

³³⁷ Dar Zahra (hôtel 3 étoiles), Dar Yasmine (hôtel 3 étoiles, 604 lits), Dar Dahlia (quatre étoiles, 598 lits), Dar Narjess (trois étoiles, 722 lits) et Dar El Manara (appartement hôtel, 340 lits).

³³⁸ C'est un contrat qui permet au manager (les T.O) de gérer l'hôtel pour le compte du propriétaire. Le gestionnaire perçoit, en contre partie de sa gestion, une rémunération d'une rémunération de base sur le chiffre d'affaires de 2 à 3.5% avec une part de 8 à 25% sur le bénéfice net (ONTT, 1999).

³³⁹ Le groupe Accor est présent dans 140 pays avec 3500 établissements, ce qui lui permet de se présenter comme leader européen et un groupe à vocation mondiale dans l'industrie de voyage, du tourisme et des services.

³⁴² En Tunisie, le groupe présente 12 Hôtels.

³⁴³ L'hôtellerie de chaîne n'est pas une industrie homogène. Elle est au contraire, à l'instar de l'industrie automobile, hautement segmentée (Fitch, 2004).

Tableau 92. Principales chaînes hôtelières localisées à Djerba

Chaines hôtelières	Nom de l'hôtel	Catégorie	Nombre de Lits
• El Mouradi	Djerba Menzel	4*	1262
• Groupe Dar Jerba	Abou Nawas Golf Jerba	4*	184
	Dar Zahra	3*	705
	Dar Yassmine	3*	604
	Dar Dahlia	3*	598
	Dar Narjess	Appart hôtel	722
	Dar El Manara	3*	340
• Groupe Amouri	Hasdrubal Prestige	5*	484
	Hasdrubal	5*	430
Total	9		5329

Source : Recherche personnelle.

On constate le plus fréquemment à Djerba que les hôteliers fonctionnent de la façon suivante : la propriété de l'établissement et sa gestion sont entre les mêmes mains avec deux variantes, soit sous la forme de l'enseigne indépendante, soit sous la forme de l'affiliation à une enseigne à forte notoriété. El Mouradi (propriétaire du Djerba Menzel quatre étoiles) en est l'exemple ; il détient 7% de la capacité d'hébergement hôtelière globale de la Tunisie (quatre et cinq étoiles).

L'affiliation à une enseigne à forte notoriété (qu'elle soit locale ou internationale) se développe, mais reste encore limitée. La propriété et la gestion sont dissociées, avec également deux variantes : soit sous la forme d'une gestion pour le compte des hôteliers, soit en adoptant la formule de la location de l'établissement. La gestion pour compte reste peu usitée (familiale).

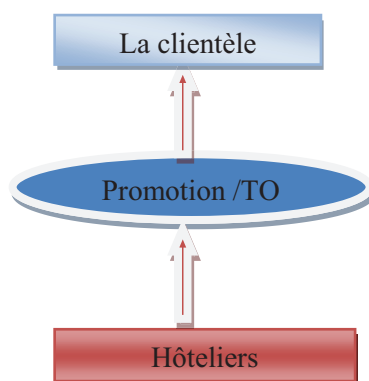
- Les hôtels de luxes

Font partie de cette catégorie des hôtels trois étoiles (20 hôtels), quatre étoiles (18) et cinq étoiles (10). Ceux-ci totalisent une capacité d'hébergement de 24 103 lits (cf. annexe 1). Leur mode de relation avec la clientèle est généralement de deux types : soit indirect par accords conclus avec des tour-opérateurs, soit par propositions des sites en ligne.

➤ Termes des accords conclus entre hôteliers et tour-opérateurs³⁴⁴

Les termes des accords conclus entre l'établissement hôtelier et les tour-opérateurs expriment un rapport de force entre les deux acteurs et constituent un facteur important de notation (réputation) : le nombre de TO avec lesquels l'hôtel traite, la durée des accords, la garantie de remplissage minimum et les conditions de paiement. La majorité des paiements effectués par les tour-opérateurs se font à échéance de 30 à 60 jours. Une tendance récente pour les tour-opérateurs est de confirmer les réservations 2 mois à l'avance (pour les early booking) en réglant 50% du prix convenu. Ils bénéficient ainsi d'une réduction de 10% sur le prix final de l'arrangement.

Figure 42. Termes des accords conclus entre les tour-opérateurs et les hôteliers



➤ propositions des sites en ligne : Ces nouvelles pratiques modifient-elles les rapports de force T-O et hôteliers ?)

On observe ces dernières années l'entrée en force des nouvelles technologies dans les opérations de commercialisation : l'internet³⁴⁵ fait à présent partie du paysage économique. L'activité touristique n'a pas résisté à cette invasion technologique. Dans la filière touristique sont surtout concernées les transactions commerciales, notamment les méthodes et les systèmes de vente. Actuellement, l'Internet représente environ 47% de la part du chiffre d'affaires total de la distribution des produits touristiques³⁴⁶. À Djerba, plusieurs agences et hôtels ("club Med" et Marmara) proposent leurs services en ligne. Le net fait partie du quotidien des voyagistes. Ce phénomène croissant touche, bien entendu, également le

³⁴⁴ Cela concerne exclusivement des promotions.

³⁴⁵ Internet tend à devenir un important instrument de distribution, permettant la réservation et le paiement, à des coûts inférieurs aux GDS (Global Distribution Systems).

³⁴⁶ "Les ventes en ligne dans le tourisme", cf. le journal tunisien « Le temps » du samedi 03-05-2008.

tourisme, puisque nombreux sont les serveurs qui réservent leurs billets d'avions ou leurs séjours à Djerba, via internet. Il est vrai que la consommation touristique est de plus en plus sophistiquée et tous les clients ne veulent pas perdre des heures à effectuer leur réservation. Ils peuvent trouver toutes les prestations sur le net avec les meilleurs prix et les disponibilités³⁴⁷.

Figure 43. Proposition des sites en ligne



Toutefois si le net est devenu incontournable et rend d'imminents services aux agences de voyages et aux clients, force est de constater que se multiplient les infractions et irrégularités sur ces sites de commerce en ligne. Trop de sites de voyages proposent encore des tarifs des billets d'avions sans inclure les taxes, les tarifs annexes (surcharges) et les frais administratifs.

- L'Hôtellerie économique

Il faut noter que les touristes qui viennent à Djerba ne sont pas tous acheminés par des tour-opérateurs. En effet, les touristes maghrébins, notamment libyens et tunisiens, préfèrent l'hôtellerie économique. Cette dernière est en progression et représente en 2005 dix neuf hôtels, soit une capacité de 2 498 lits. Ils se répartissent en 8 hôtels à 2 étoiles, 3 hôtels à 1 étoile et 7 hôtels Non Classés (NC).

³⁴⁷ La technique est simple : "un ordinateur, quelques clics, un site et une adresse e-mail, vous voilà paré pour acheter votre séjour ou votre billet d'avion". Le client émet une demande par mail et obtient rapidement de son agence plusieurs propositions assorties de conseils spécifiques comme par exemple l'hôtel, la météo, les prix des excursions, les cours de devises... autant de précieuses informations disponibles gratuitement sur le net qui constituent un produit de plus à proposer aux clients. Dès lors, les professionnels doivent se doter de sites pour bien vendre leurs produits en raison des nouvelles demandes du consommateur et des mutations du métier.

Tableau 93. Liste des hôtels économiques

Nom de l'Hôtel	Catégorie	Capacité
EL ARICHA	NC	40
EL MACHREK	2*	70
ERRIADH	1*	58
ESSALEM	NC	62
HADJI	1*	92
LAROUSSA	NC	124
LOTOS	NC	40
MARHALA	NC	120
PALMES D'OR	2*	32
SABLE D'OR	NC	22
SINDIBAD	NC	50
STRAND	1*	170
BAVARIA BEACH	2*	58
NOZHA JERBA	1*	58
ANDALOUS	2*	44
DAR TAOUFIK	2*	50
JERBA MIDOUN	2*	71
LELA HADRIA	2*	632
ZAHRA	2*	705
TOTAL	19	2498

Source : Commissariat du tourisme de Djerba

Dernière remarque, depuis quelques années se développe un nouveau mode d'hébergement, celui de la location de maisons. Les résidents, de plus en plus nombreux, n'hésitent plus à recourir à la location de leur maison pour rentabiliser au maximum leur toit. Certains recourent aux agences immobilières si bien qu'émerge aujourd'hui un marché avec des loyers variant entre 150 et 1 800 € la semaine.

Cette étude du fonctionnement du secteur touristique djerbien est utile pour saisir les enjeux actuels et futurs de la filière touristique du territoire.

2.2- Contraintes et perspectives du développement de l'industrie touristique à Djerba

Suffisamment d'éléments ont été réunis pour repérer les principales contraintes auxquelles aujourd'hui se heurte le secteur touristique djerbien.

2.2.1- Les Contraintes de développement

Deux contraintes émergent du mode de fonctionnement du système touristique de Djerba : le rôle central joué par les tour-opérateurs dans la commercialisation du produit touristique et la saisonnalité avec ses effets négatifs sur l'environnement et sur l'emploi.

a. Une asymétrie d'information favorable aux tour-opérateurs

Le tourisme djerbien est essentiellement de profil balnéaire, au caractère très saisonnier³⁴⁸ et commercialisé par des tour-opérateurs étrangers en formule package incluant le séjour et l'avion. Ces derniers profitent de trois formes de concurrence pour obtenir les meilleurs tarifs des hôteliers djerbiens : ils jouent d'abord sur la concurrence entre les hôteliers locaux de l'île, ensuite sur la concurrence entre les stations touristiques tunisiennes et enfin la carte de la concurrence méditerranéenne.

- La concurrence entre les hôteliers locaux de l'île

L'objectif de la plupart des hôteliers, notamment pour les hôtels de la catégorie "trois étoiles", utilisant la formule « all inclusive », est de remplir leurs hôtels durant la haute saison. Réaliser cet objectif les oblige à passer des contrats d'allotement auprès des tour-opérateurs et à brader leurs prix.

➤ Les contrats d'allotement

Dans le cadre d'allotement, le délai de réservation précisé, qui est souvent compris entre un et trois mois, n'est pas toujours respecté par le tour-opérateur. De plus, ce dernier ne donne généralement pas à l'hôtelier des garanties d'occupation de toute la capacité qu'il allote auprès de lui. Etant donné le caractère saisonnier de la demande touristique, l'hôtelier est toujours confronté au risque de sous-occupation de son hôtel. La première conséquence de cet état de fait est le risque que doit prendre l'hôtelier en signant plusieurs contrats d'allotement,

³⁴⁸ Avec une activité centrée sur la période de Pâque à octobre.

bien souvent supérieurs à la capacité de son établissement. Ce risque se traduit par le phénomène de «surbooking», appelé aussi « sur-allotement », c'est-à-dire le refus d'accepter les réservations des clients juste avant leur arrivée. Une telle situation « porte préjudice à l'image de marque de l'établissement et à sa crédibilité auprès des tour-opérateurs, des autres partenaires et de la clientèle» (Boumeggoutti D, 1995). Elle remet en cause aussi l'image de marque du tour-opérateur et de la destination toute entière qui risque d'être affectée.

➤ Le bradage des prix

Le recours au bradage des prix révèle la fragilité des hôteliers à Djerba, notamment celle des hôtels "trois étoiles", qui représentent 38% de la capacité hôtelière. Ces derniers ne font pas le poids, d'autant qu'ils ne peuvent s'unir (malgré la présence de deux fédérations régionales des hôteliers et des agences) ou tout au moins coordonner leurs positions pour ne pas subir les conditions imposées par les tour-opérateurs. Ce rapport de force totalement déséquilibré explique également les très faibles prix de vente pratiqués par les hôteliers pour atteindre coûte que coûte les meilleurs taux de remplissage³⁴⁹. Brader le prix a des effets négatifs à court et à long terme. Selon Didier Lamoot (1999), directeur du nouveau Palm Beach : « en bradant, vous gagnez bien sûr 10 % en occupation, mais vous perdez, dans le même temps, 10 % en chiffres d'affaires». Un autre exemple, à l'hôtel Royal Garden, l'un des plus beaux hôtels de l'île (en termes de confort et de superficie des chambres), les tarifs plafonnent à 61-76 € la nuit. Cette situation est considérée, pour reprendre les termes d'un hôtelier, comme « un dumping scandaleux du fait qu'à la Mamounia, à Marrakech, la chambre coûte 533 €. Il y a tout de même des charges incompressibles! ». À l'inverse des exemples précédents, le directeur de l'Hasdrubal, le premier hôtel cinq étoiles édifié à Djerba, a refusé de brader les prix, préférant travailler avec 68 voyagistes différents, malgré la complexité d'une telle tâche en termes de gestion.

Notons qu'en bradant leurs prix, les hôtels de catégorie haut de gamme tunisiens ne peuvent pas être classés internationalement dans la catégorie de l'hôtellerie de luxe³⁵⁰. Par ailleurs, d'après certains hôteliers, il ressort que la taille (capacité en lits) de l'hôtel permet d'améliorer les taux de remplissage. En revanche, il n'a pas été possible de vérifier si les hôteliers de taille importante arrivent à négocier de meilleurs tarifs (Fitch, 2004).

³⁴⁹ Selon El Kallel M (2009) : « Avec 700 000 allemands en moins depuis l'attentat de Djerba, avec la baisse de la fréquentation française également, il faut bien remplir les hôtels». (L'Expert 2010).

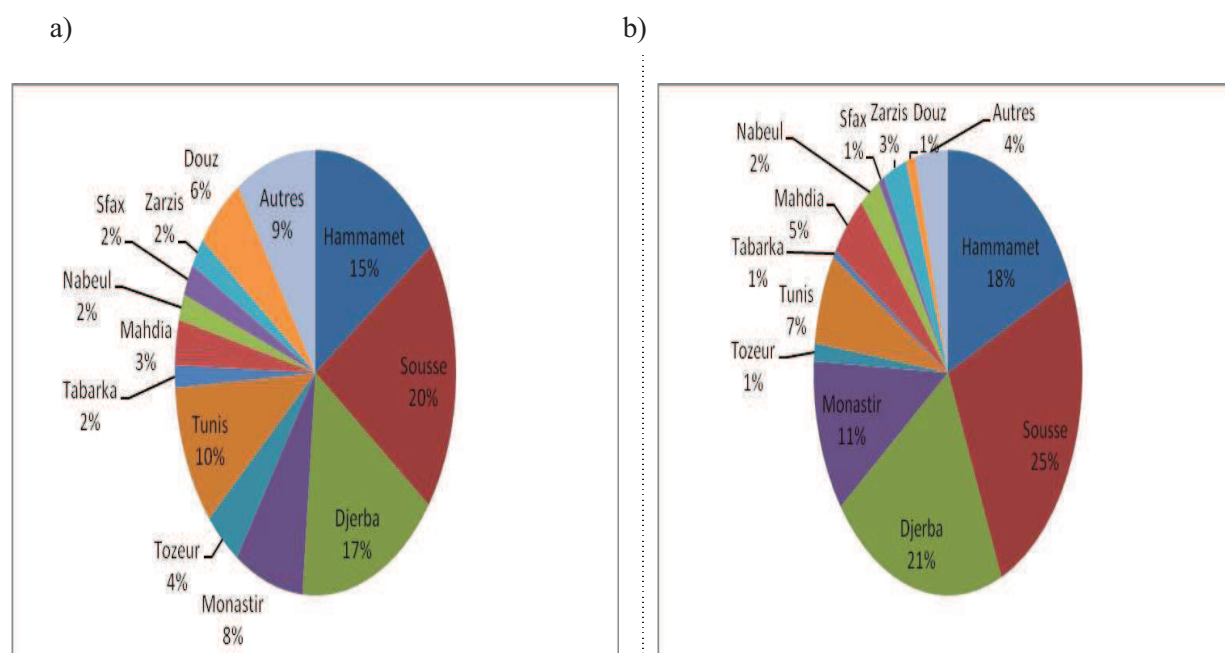
³⁵⁰ Ce slogan d'un tour-opérateur français qui propose des séjours touristiques dans des hôtels de catégorie 5 étoiles au prix des hôtels de catégorie 2 étoiles.

Pour améliorer le taux de remplissage et négocier les meilleurs tarifs, plusieurs hôtels ont recours à la gestion par des entreprises étrangères. Cette solution donne toutefois une mauvaise image de l'hôtel parce que, selon un professionnel Djerbien : *«donner un hôtel en gestion à un tour-opérateur pour cinq ou dix ans, c'est prendre le risque de le retrouver très dégradé»*.

- La concurrence entre hôteliers de plusieurs stations touristiques

Selon l'Office du Tourisme Tunisien, la zone touristique de Sousse a comptabilisé en 2005 autant d'arrivées (20 %) et de nuitées (25 %) que l'île de Djerba (17 % et 21 %), comme le montre la figure 44 suivant :

Figure 44. Répartition des arrivées (a) et des nuitées (b) des non résidents par région en 2005



Source : Stat. ONTT (2006).

La cause principale de la crise touristique à Djerba, selon les professionnels djerbiens (hôteliers et représentants du commissariat du tourisme de Djerba), réside principalement dans l'effondrement du marché allemand. En effet, on constate depuis 2001 une diminution de nombre de touristes allemands à Djerba au profit d'autres villes telles Sousse et Monastir. Ce qui explique les bons scores évoqués plus haut de la région de Sousse et ceux en demi-teinte de Djerba.

- La concurrence des autres villes touristiques méditerranéennes

On sait que la politique touristique de la Tunisie privilégie le tourisme balnéaire avec des prix de plus en plus compétitifs. Le tableau ci-dessous dresse une comparaison entre les prix moyens pour «un voyage à forfait» au départ de Paris et à destination de Djerba et d'Agadir. L'exemple du "Club Med" pour un même produit commercialisé sur les deux sites aux mêmes périodes est révélateur. En effet, pour un séjour d'une semaine à Djerba selon la formule «tout compris», les prix par personne se situent entre un minimum de 610 € au début de la haute saison et un maximum de 940 € en pleine saison pendant le mois d'août. Parallèlement les prix proposés à Agadir sont respectivement 1.7 et 1.07 fois supérieurs (cf. tableau 94) La différence de prix entre les deux destinations est due essentiellement à l'hébergement et aux services proposés et non aux prix du transport aérien (vols secs, sans séjour). En effet, la différence de prix du transport aérien est faible entre les deux destinations pour les vols réguliers (5 € à 8 €) et charters (12 €) (cf. tableau 94).

Tableau 94. Prix moyens pour «un voyage à forfait» au départ de Paris et à destination de Djerba et Agadir

	Prix moyen³⁵¹ en Euros			
Mois de séjours³⁵²	Djerba	Agadir	Différence de prix	%
Avril	610	1045	435	1.7
Mai	590	980	390	1.6
Juin	650	980	330	1.5
Juillet	930	1113	183	1.19
Août	940	1007	67	1.07
Septembre	590	865	275	1.5
Octobre	630	1000	370	1.5

Source : Souissi (2009, p. 63).

Tableau 95. Prix moyens pour des vols réguliers³⁵³ et charters au départ de Paris et à destination de Djerba en Tunisie et d'Agadir au Maroc

Période	Vols Paris-Djerba		Vols Paris -Agadir		Différence de prix	
	Régulier	Charter	Régulier	Charter	Régulier	Charter
Avril, mai, juin	365 €	340 €	373 €	352 €	7 €	12 €
Juillet, août	385 €	360 €	390 €	372 €	5 €	12 €
Septembre, octobre	365 €	340 €	373 €	352 €	8 €	12 €

Source : Souissi (2009, p. 64).

³⁵¹ Prix par personne comprenant : séjour de sept jours dans un hôtel de deux ou trois étoiles (avec pension complète), transport aérien (vol aller-retour), accueil et transfert, ainsi que tous les programmes d'animations et d'activités sportives du «village de vacances».

³⁵² Période de haute et moyenne saison (du mois d'avril jusqu'au mois d'octobre).

³⁵³ Les vols réguliers sont assurés par les compagnies «Tunis Air» et «Royal Air Maroc».

La comparaison entre Djerba et Agadir montre bien la politique de compétitivité-prix pratiquée par le tourisme tunisien. La stratégie est axée sur des objectifs quantitatifs, c'est-à-dire faire acheminer un très grand nombre de touristes en se basant sur des prix de moins en moins élevés (liés à la politique du «laisser faire» et à la domination des T-O). Le mécontentement apparent des touristes envers le produit djerbien n'est pas si convaincant car ceux-ci, en venant passer une semaine à Djerba pour un prix tout compris, moins cher que le seul voyage en «vol régulier», ne doivent pas s'attendre à trouver des conditions luxueuses de séjour, même s'ils occupent un «palace».

Si on compare Djerba à Marrakech (Maroc), insiste Mourad El Kallel³⁵⁴(2009), « *l'hébergement n'est plus le même dans les deux régions...au Maroc, à côté des grosses enseignes, il y a une offre Ryad qui permet les courts séjours, tandis qu'à Djerba, ce produit n'existe pratiquement pas* ». De plus, l'aéroport à Djerba est éloigné des hébergements», précise-t-il, ce qui complique les choses pour la clientèle résidentielle et celle des «short-break» ; « ce sont eux qui font le bonheur des low-cost et des hôteliers marocains. Au Maroc, on achète un vol, puis on choisit son hébergement, tandis qu'en Tunisie, vous choisissez l'hébergement et vous achetez l'aérien avec ». « Contrairement à Marrakech, les hôteliers n'ont pas la culture du yield», prévient Bruno Arbonel, le nouveau PDJ de Méditrad : «*les grosses structures tunisiennes peuvent difficilement s'individualiser à la vente*».

b. La saisonnalité et ses conséquences sur le tourisme à Djerba

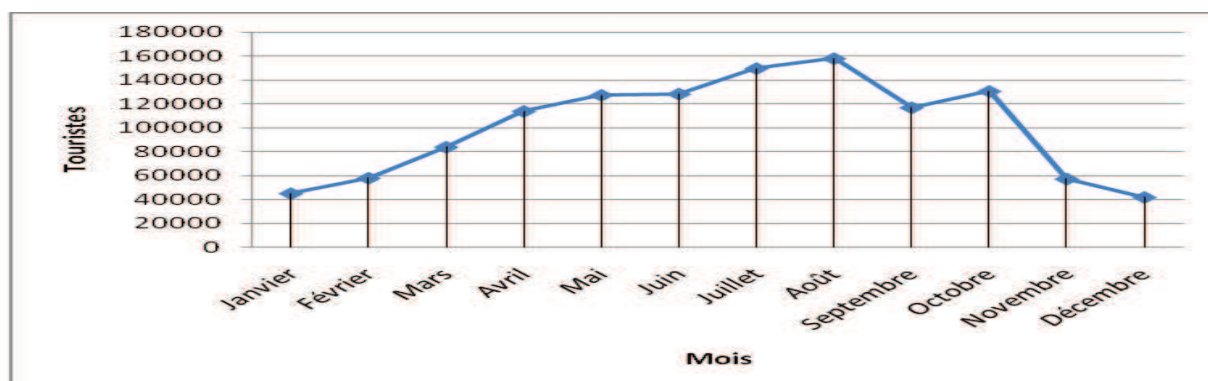
Djerba est confrontée au phénomène de saisonnalité, à la concentration littorale de l'activité touristique et à ses conséquences néfastes sur l'environnement.

- La saisonnalité

Le phénomène de saisonnalité touristique est l'une des caractéristiques majeures du système touristique djerbien. En effet, le taux d'occupation atteint plus de 80%, voire 100% en août (il représente en moyenne 30% de nuitées par rapport à l'année), avec des écarts accentués entre la basse (septembre-mars) et la haute saison (avril-août). Comme le montre la figure 45, l'occupation varie entre 40 000 et 80 000 arrivées en basse saison et 100 000 à 160 000 en haute saison.

³⁵⁴ PDG de Gamma Travel, spécialisée dans la vente des vols charter à destination de la Tunisie.

Figure 45. Arrivées dans les hôtels des non résidents par mois



Source : Le tourisme tunisien en chiffres 2005, ONTT (2006).

Les conséquences de ce phénomène, quoique multiples, sont surtout de nature économique (baisse des recettes touristiques durant la basse saison), sociale (chômage) et environnementale (dégradation de l'environnement). Ces éléments provoquant à leur tour une plus forte précarité de l'emploi touristique.

➤ Au niveau de l'emploi

Le travail saisonnier (d'une durée de six mois dans l'année pour la plupart des hôtels) a des effets néfastes sur l'emploi. En effet, un hôtel n'est jamais sûr de retrouver le même personnel. On constate des variations de qualité dans le service d'une année sur l'autre pour le même établissement, variations dues notamment au fait que le personnel saisonnier perd ses rudiments de qualification entre deux saisons (cuisiniers, agent d'entretien, femmes de chambre, barman, jardiniers...).

Le phénomène de saisonnalité pousse les employés à chercher d'autres alternatives. En effet, pour les anciens employés du secteur, plusieurs options se présentent : investir dans la restauration et dans les cafés ou chercher des contrats dans les pays du golfe. La plupart des jeunes qui n'ont pas d'expérience préfèrent quant à eux immigrer vers l'Europe par le biais du mariage (touristes ou des émigrées djerbiennes). L'autre effet négatif de la saisonnalité est que le tourisme ne permet pas à la plupart des jeunes cadres (techniciens, gestionnaires, ingénieurs...) d'accéder directement au marché de l'emploi. À partir de notre enquête de 2005, nous avons pu observer combien la situation des jeunes est délicate.

Autre remarque, les salaires des employés dans le secteur touristique restent insuffisants, c'est-à-dire qu'ils sont en dessous des normes prévues par la loi car fixés au gré de l'hôtelier

suivant le principe de l'offre et de la demande. L'extension de la pratique du pourboire permet toutefois à certains employés de faire face à cette insuffisance de salaires.

➤ **Au niveau de l'environnement**

Le développement du tourisme, comme toute concentration de population sur un espace restreint, a des conséquences souvent très lourdes sur l'environnement, surtout dans une île comme Djerba où le milieu naturel est fragile : Djerba souffre de surpeuplement et d'une sur-exploitation des ressources naturelles, notamment celle de l'eau.

✓ **Surpeuplement et congestion**

Afin de montrer les effets du phénomène de la concentration humaine sur l'île de Djerba, qui est dû à l'accroissement saisonnier de la population littorale, lié à l'émigration, l'arrivée d'un million de touristes par an et à la population locale, on a repris la même méthode utilisée de Souissi (2009) (cf. Chapitre 2, p. 127). Nous constatons que l'effet du tourisme sur l'île est significatif. En effet, les principaux indicateurs sont au rouge : l'occupation linéaire côtière est de 25.45 en moyenne (2.28 pour la Tunisie) avec une densité touristique de 1 485 touristes par km² (94 pour la Tunisie). Par conséquent, l'indicateur de la pression sociale est égal à 5.45 (3 au niveau national) (cf. tableau 96). Sachant que l'Etat souhaite porter le nombre de touristes à 10 millions en 2016, Djerba devrait accueillir deux millions. Tous les indicateurs cités continueront d'augmenter, ce qui aggravera la fragilité du milieu. Par ailleurs, le surpeuplement et la concentration risquent d'engendrer un espace hyper spécialisé, finalement un ghetto dans lequel « s'enfermeront » touristes et djerbiens ayant adopté leur mode de vie.

Tableau 96. Indicateurs de la pression touristique de pointe dans la région de Djerba

Pression touristique	Indicateur
Densité touristiques : touristes par kilomètre carré (A)*	1 485
Occupation linéaire côtier : touristes par mètre de cote (B)**	25.44
Pression sociale : touristes / habitants (C)***	5.45

Source : Stat. ONTT (2002), Souissi (2009, p. 127).

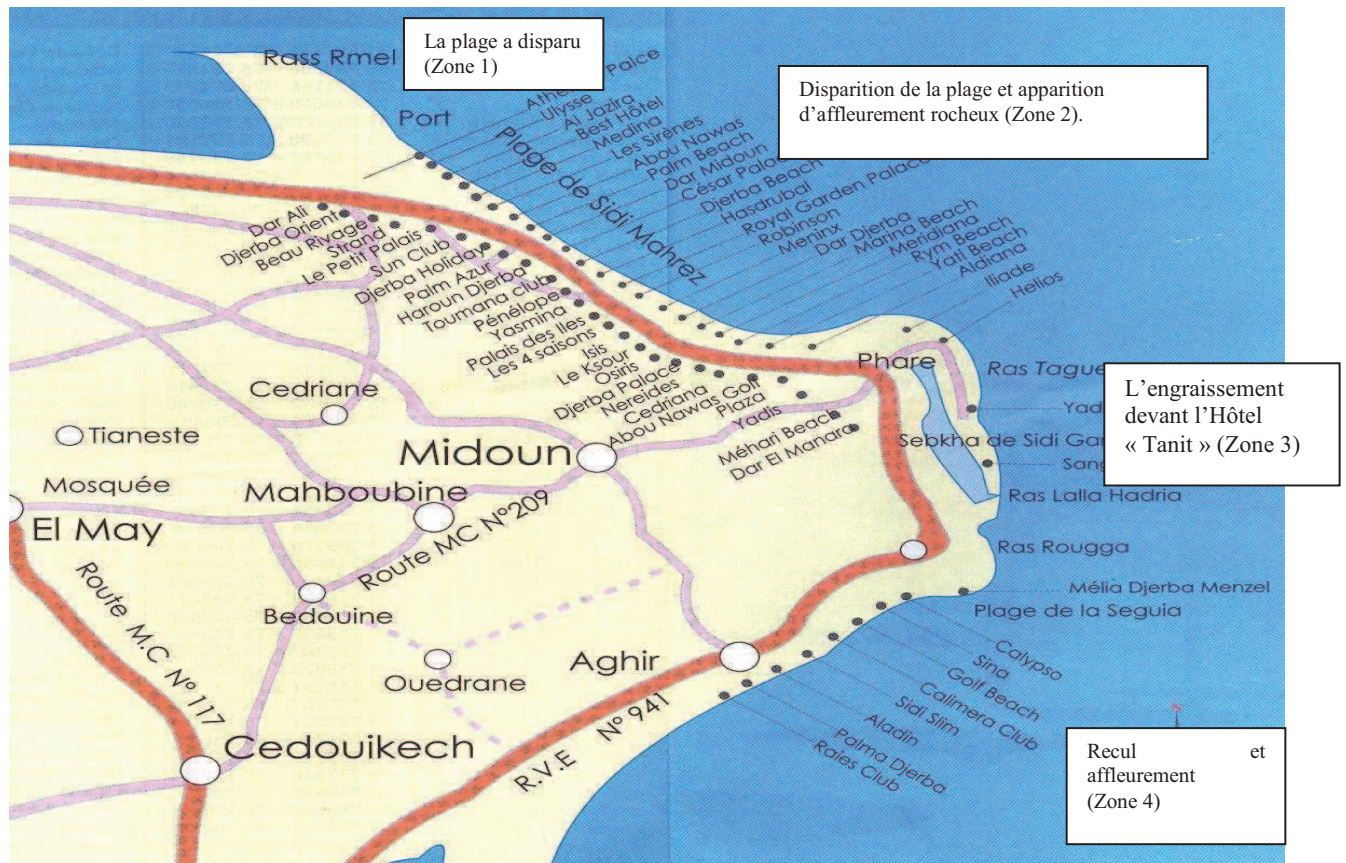
Note

- 0.7 correspond au pourcentage de touristes séjournant dans les régions côtières durant le mois de pointe, qu'on a estimé à 70 % du nombre de touristes dans le pays.
- *A = Nombre de touristes (1 090 656) x 0.7/superficie des régions littorales en km² (514 km²)
- **B = Nombre de touristes x 0.7/linéaire côtier (en mètre)
- ***C = Nombre de touristes x 0.7/population permanente (140 000 habitants).

✓ Détérioration du milieu naturel

L'action humaine³⁵⁶ liée à l'implantation de l'activité touristique à Djerba ainsi que les données naturelles³⁵⁷ spécifiques de l'île fragilisent progressivement l'équilibre du milieu naturel. La figure 46 recense les conséquences cumulées de ces facteurs observées sur le littoral djerbien.

Figure 46. L'effet de l'implantation des zones touristique à Djerba



Source : <http://www.camelcar.com/tunisie/voyage/hotel/djerba/carte-djerba.gif>.

Quatre types de situation existent :

- Du nord-ouest de l'hôtel « Ulysse » à la flèche littorale de Ras Rmel, la bande littorale s'est élargie de 250 m entre 1963-1973, de 9000 m de 1973-1985, et de 600 m de 1985-1991 (Chapoutot, 1992). Cet engraissement (apport de sable) correspond à une érosion dans d'autres secteurs, notamment dans celui de l'hôtel « Jazira » où la plage a disparu (Zone 1 de la carte).

³⁵⁶ Les nombreuses constructions sur le littoral qui arrêtent les mouvements de sables éoliens et empêchent l'alimentation naturelle des plages en sable continental ; l'enlèvement de sable pour les besoins de la construction, l'ouverture de carrières à 1 et 2 km de la plage et l'aplanissement des dunes.

³⁵⁷ L'absence de cours d'eau, le caractère bas de la topographie, l'hétérogénéité du matériel battu par les vagues et remontée marine enregistrée au cours de temps historiques (Chapoutot, PNUE, 1992).

- Entre l'hôtel Ulysse et le complexe Dar Jerba, la plage est dans l'ensemble plus réduite. Il y a cependant lieu de différencier les secteurs correspondant à la zone 2 :
 - Hôtel Jazira et Dar Jerba, disparition de la plage et apparition d'affleurements rocheux.
 - Sirènes et Dar Midoun, les belles plages ont commencé à se dégrader.
- De Sidi Zekri à Dar Jerba, plages larges et épaisses, mais tendance en recul (Mrabout Sidi Bakhous).
- Entre Ras Taguerness et Lella Hadria, ce qui correspond à la zone 3, plage sableuse, épaisse avec tendance à l'engraissement devant l'hôtel « Tanit ».
- Entre Djerba la fidèle (Club Med) et Aghir (Zone 4), le recul de la plage est important et les affleurements sont visibles.

Devant ces attaques de la mer, des initiatives sont cependant prises. Il s'agit le plus souvent d'ouvrages de défense par accumulations de gros blocs sur l'estran ou de création d'épis et enrochements. Mais outre leur aspect inesthétique, ces ouvrages constituent une menace supplémentaire en accentuant les phénomènes d'érosion.

✓ Les ressources en eau douce

Déjà limitées au départ à Djerba³⁵⁸, les ressources en eau sont surexploitées par l'industrie du tourisme : on estime la consommation d'eau par touriste à 550 litres/jour, soit plus de 10 fois celle de la population autochtone. Les prélèvements se font par ailleurs de plus en plus au niveau des nappes fossiles. Cette surexploitation résulte également des besoins de certaines activités de loisirs, particulièrement exigeantes en eau (douches, bains, piscines et arrosage des pelouses des hôtels, golfs aujourd'hui en extension, etc.) et qui ponctionnent souvent lourdement les réserves d'eau locales, alors que les habitants en manquent pour leur usage personnel ou pour l'irrigation.

En outre, la qualité des plages (manque de propreté, absence d'entretien) est un des motifs de déception des touristes. Portant sur l'essentiel des «activités» et besoins du touriste, ces critiques méritent une véritable prise de conscience, en particulier de la part des hôteliers et des responsables administratifs. Dans ce contexte, l'enquête menée en 2006³⁵⁹, illustre que

³⁵⁸ Climat semi aride : la pluviométrie est égale à 248,8 millimètres/an, la moyenne des jours pluvieux atteignant quarante jours par an.

³⁵⁹ Auprès des touristes francophones (français, belges et suisses).

les deux tiers des touristes quittent Djerba mécontents. Sur près de 1000 touristes interviewés, 660 se déclaraient insatisfaits.

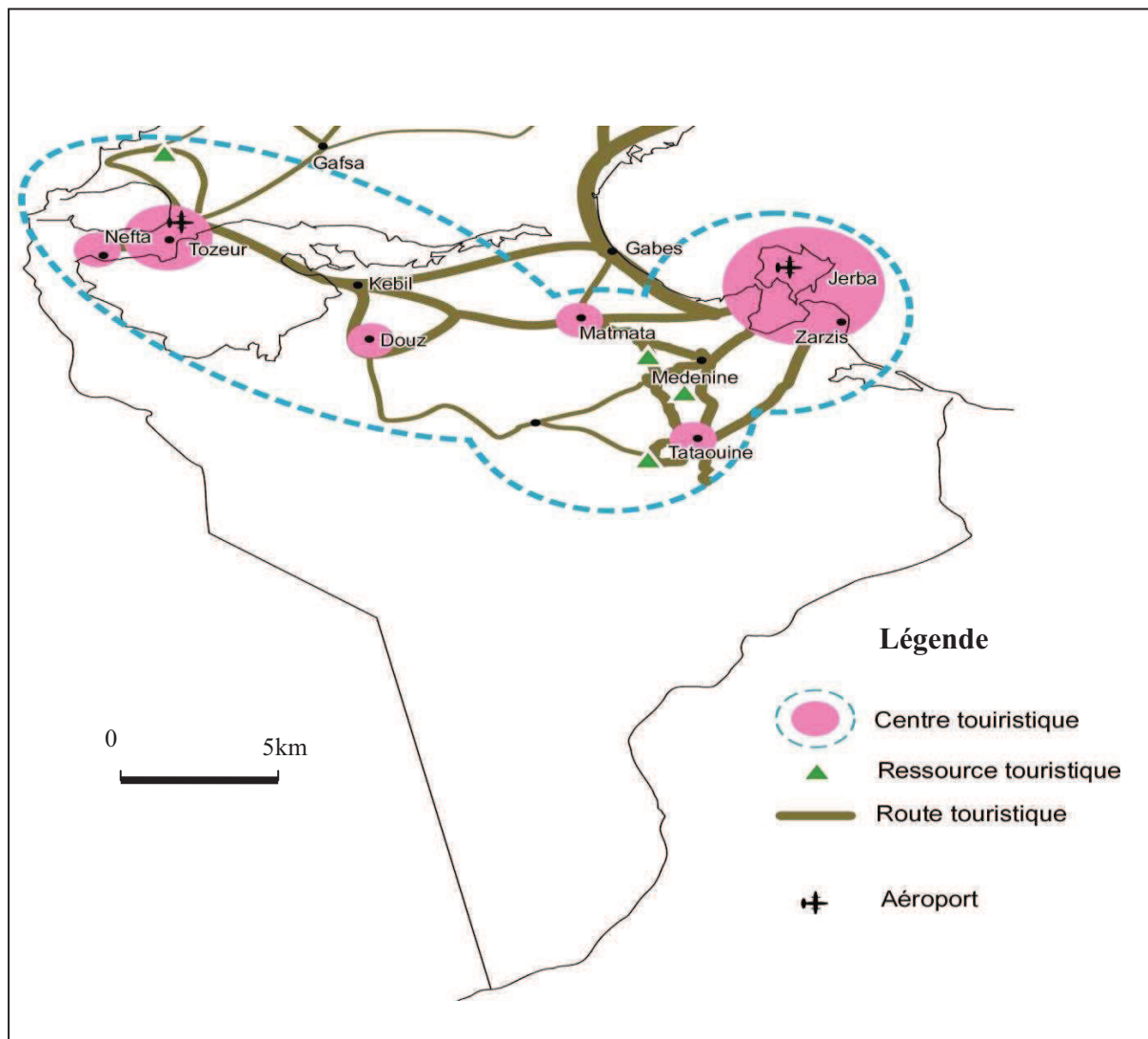
2.2.2- Les perspectives du développement

Augmenter le taux d'occupation des hôtels, étaler la durée des séjours et attirer aussi une nouvelle clientèle sont les trois objectifs prioritaires à atteindre pour sortir le système touristique djerbien de son impasse actuelle. Plusieurs scénarios de développement sont envisageables....

a. Relier Djerba aux régions du Sud et labelliser un produit djerbien

Le passage par le bac d'Ajim est extrêmement fréquenté et source de goulot d'étranglement pour l'économie djerbienne. Remplacer ce service par un pont ou un tunnel permettrait probablement de donner un coup de fouet au développement de l'île en renforçant ses liens avec l'arrière-pays au sud. Il en résulterait un développement régional moins inégal. La figure 47, illustrant les perspectives de développement spatial pour 2016, a été conçue à la lumière d'évolution des prévisions de segments de marchés ciblés et des caractéristiques de ces segments. Le schéma présente les visions relatives au futur développement du tourisme du sud tunisien.

Figure 47. Schéma de développement spatial du sud tunisien pour 2016



Source : Equipe d'étude JICA (2001).

- **Relier Djerba au désert** permet :

- d'intégrer le tourisme saharien au tourisme balnéaire: les touristes en vacances balnéaires des centres touristiques de Djerba bénéficieraient dans ce cas d'une découverte optionnelle du Sahara ; ce segment constitue le motif d'arrivée des touristes le plus important. L'amélioration du produit touristique, du fait de cette possibilité d'une expérience unique dans le désert, augmente la valeur des vacances balnéaires et favorise la croissance du segment.

- d'attirer les touristes d'hiver, notamment ceux du troisième âge en provenance d'Europe occidentale : en tirant un meilleur parti possible de son climat tempéré durant la période hivernale, la région du Sahara devrait attirer, à l'instar d'Agadir, bon nombre de touristes, souhaitant trouver le soleil et la chaleur au plus près. Ce segment présente un très bon potentiel.
- de diversifier le tourisme de circuits thématiques : les touristes des pays de l'OCDE, notamment d'Europe, d'Amérique du Nord et d'Asie de l'Est visitant Djerba et le désert pour des circuits thématiques dans les domaines de l'archéologie, de la culture³⁶¹, de l'architecture et de la nature effectuent en moyenne un séjour de 10 à 14 jours et passent une ou deux nuits au Sahara. Ce segment du tourisme, en croissance, présente également un bon potentiel.

Ces trois variétés du tourisme permettraient d'étaler la durée de séjour de 7 à en moyenne à 14 jours.

- **Labelliser le « made in Djerba »**

L'enrichissement de l'offre balnéaire (thalassothérapie, golf, etc.) permet certes de moderniser le secteur touristique de l'île. Il ne contribue pas cependant au développement de l'île parce qu'il ne s'appuie pas suffisamment sur une valorisation du territoire. C'est en effet au patrimoine naturel et culturel de jouer ici un rôle de moteur en multipliant la diversification de produits touristiques de destination.

Pour cela, s'imposent :

- la mise en place d'une stratégie de différenciation touristique par la valorisation de l'espace, grâce à une approche touristique identitaire des territoires.
- L'étude de faisabilité de la labellisation
- L'organisation des territoires autour de « projets de destination ».

Par ailleurs, on ne peut plus se suffire de « clichés » préétablis pour impressionner un touriste désormais plus à la recherche d'authenticité que d'image surfaite. Dans ce sens, un travail de

³⁶¹ L'artisanat djerbien très diversifiée, citons à titre d'exemple la poterie poreuse (gargoulettes, et jarre) et vernissée (lampe à l'huile), le tissage (vêtements traditionnels, les couvertures et tapis), la bijouterie, la natterie et la vannerie.

recherche sur les différentes composante du patrimoine (chants, danses, tradition, mode de vie, objets du quotidien, paysage, etc.), dans le but de les sauvegarder, doit être entrepris pour l'ensemble de l'île, car chaque région a ses spécificités qui en font un produit touristique potentiel. Toutefois, il faut se garder de déformer la réalité de l'île en vue d'attirer un plus grand nombre de touristes. Bien au contraire, c'est un travail scientifique (méthodologique) de mise en valeur du patrimoine (naturel et culturel) de Djerba qui doit être entrepris.

Il nous semble qu'une stratégie pertinente assurant l'adéquation entre amélioration de la compétitivité du produit balnéaire et respect du patrimoine, reposerait sur la création d'un label de qualité culturel et environnemental. Pour ce faire il conviendrait de :

- ✓ diversifier l'image du produit balnéaire. Il semble en effet qu'il existe un décalage entre les attentes des clientèles en matière de produits offerts et leur perception de la destination une fois sur place : elles découvrent une île hospitalière, à la fois riche en coutumes et traditions locales.
- ✓ agrémenter la destination par des activités complémentaires (golf, thalassothérapie, équitation, visites de sites culturels, etc.) peut permettre d'enrichir le produit balnéaire. Cet élargissement de l'offre se ferait à la marge, mais « *c'est à la marge que se fait la différenciation entre les destinations balnéaires* » (JICA, 2001).
- ✓ développer la promotion et la réalisation d'activités liées au patrimoine culturel et naturel de l'île de Djerba. Il peut s'agir par exemple de la mise en place de circuits d'animation ou de visites historique, etc.

b. Les attentes des clientèles et tendances du marché international

Les marchés touristiques dans les années à venir seront des "marchés de demandeurs" : il faudra impérativement proposer une offre de produits en adéquation avec les attentes des clientèles touristiques (cf. supra, chap. 2).

À la lumière de l'étude de la Banque Mondiale, menée en 2002, il est possible de proposer des stratégies et des perspectives plausibles de développement pour l'île et la région.

- Les attentes des clientèles

Si on prend les motivations des principaux marchés, on constate que pour :

- **le marché français** : le touriste français demande essentiellement le produit balnéaire ; au niveau de l'hébergement, il préfère les formules « all inclusive ».
- **le marché allemand** : dominé par les tour-opérateurs, il correspond à des clientèles ayant des attentes et des modes de consommation différenciés³⁶² ;
- **le marché Italien** : reste dominé par des séjours de type balnéaire classique (plage/soleil), complétés par du shopping. La clientèle italienne apprécie généralement les circuits avec changement d'hôtel à chaque étape.

On remarque que «la villégiature balnéaire» reste le modèle dominant des vacances, même si les types de séjour ont tendance à se diversifier. Le tourisme balnéaire est donc souvent un tourisme de masse. La qualité et la beauté des plages et de la mer sont les principaux critères de choix des destinations balnéaires, mais, d'une manière générale, l'évolution des attentes «produit» des différents marchés émetteurs met en évidence l'érosion des séjours balnéaires "traditionnels" se limitant à la formule "soleil+mer". Ainsi, le balnéaire reste la motivation de base, mais il s'opère une mutation vers d'autres formules de séjour.

- Tendances du marché international

Globalement, les attentes «produit» du marché Européen suivent les grandes tendances enregistrées au niveau Européen :

- la clientèle garde une considération pour les forfaits tout compris avec des produits classiques de séjour balnéaire (soleil+mer immédiatement accessible) ;
- la clientèle exprime une forte demande de «loisirs actifs» : vélo, sports nautiques, golf, etc.). L'intérêt apparaît plus ténu pour les activités liées à la culture, au patrimoine et aux traditions ;
- la demande est en développement pour les formules «all inclusive» et les résidences hôtelières, à un niveau de moyenne gamme.

Le tableau n° 97 résume les principaux clients de Djerba ainsi que leurs attentes.

³⁶² Il s'agit de 2 types des tour-opérateurs : les grands tour-opérateurs dont l'offre est centrée sur des destinations de masse, à des prix bas et un bon rapport qualité/prix et les petits tour-opérateurs, positionnés sur un niveau de gamme supérieur (des T-O spécialisés sur une destination et/ou un produit).

Tableau 97. Attentes des principaux marchés émetteurs vis-à-vis des destinations du bassin méditerranéen

	Au niveau de formules de voyage	Au niveau de l'hébergement	Au niveau de produit
Marché français	Formules «à la carte» ³⁶³ et les vols secs.	Hôtellerie moderne de type «resort» ³⁶⁴ reste une valeur sûre. Demande de formules souples (1/2 pension maximum). Une tendance émergente au développement de la demande pour des hébergements (petite hôtellerie, caravansérails,...). Offrant une plus grande indépendance : locations d'appartements et villas, résidences du tourisme, time share.	Le produit balnéaire reste la base. Rejet des produits trop standardisés. Recherche malgré tout une sécurisation à travers des normes de confort /qualité, des labellisations, des grandes marques. Des activités plus diversifiées (nature/découverte, traditions/ fêtes et culture/patrimoine). Une plus grande part d'itinérance (circuits organisés, combinés séjour balnéaire+séjour intérieur, formules hôtel +excursion, organisées ou libres (location de voiture).
Marché allemand	Formules à la carte et des vols charters.	Hôtellerie se focalise sur les gammes : 3, 4 et 5 étoiles. Les formules « club » restent des valeurs sûres.	La thalassothérapie, le balnéaire de haute de gamme (sites capables d'allier mer et soleil, culture/patrimoine et activités sportives avec un haut niveau de qualité de produit /service.
Marché italien	Formules à la carte et les vols secs.	Hôtellerie (confort, villages de vacances forme type Venta club ou club Med). ° La clientèle jeune pour petite hôtellerie.	Reste dominé par des séjours de type balnéaire classique (plage/soleil) + shopping. Les circuits, le golf, la plaisance, la pêche et les activités de découverte (milieu naturel et de culture locale).
Marché Benelux	Formules à la carte et les vols charters.	Les formules « all inclusive » et les résidences hôtelières, à un niveau de moyenne gamme.	Une prédilection pour les forfaits « tous compris », avec des produits classiques et de séjour balnéaire (soleil+mer). Forte demande de loisirs actifs (vélo, sport nautique, golf...) L'intérêt pour les activités liées à la culture, au patrimoine et aux traditions.
Marché Suisse	Formules à la carte et les vols charters.	Une sensibilité au prix (Suisse Romande francophone), une tendance ferme au développement d'hébergement « all inclusive ».	Une préoccupation écologique (tourisme respectant l'environnement). Un intérêt marqué pour les activités liées à la nature (découverte, randonnées).
Marché Britannique	Formules à la carte et les vols charters.	Hébergement (hôtels clubs).	Le golf et l'animation des activités (fêtes et festivals).

Source : Résumé du rapport Banque Mondiale (2002, pp.218-222),

³⁶³ Le touriste construit son voyage en associant librement des prestations.

³⁶⁴ Resort est un terme anglais, utilisé par des entreprises internationales liées au tourisme. Il désigne un lieu regroupant plusieurs activités de loisirs et de divertissements, souvent avec possibilité d'hébergement. Ces lieux peuvent parfois devenir des destinations touristiques à part entière.

Pour ce qui est **des touristes libyens**, les attentes se basent essentiellement sur l'amélioration des services de soins pour obtenir un niveau de qualité comparable à celui de Sfax qui a une bonne réputation. Malgré tout, le touriste libyen préfère se faire soigner à Djerba pour des raisons de distance, la frontière se situe à 300 kms.

Les touristes tunisiens, quant à eux, attendent une réduction des prix allant de pair avec une qualité de service similaire à celle offerte aux étrangers. Selon les prévisions de la Banque Mondiale (2002), les touristes tunisiens devraient représenter à terme 15% de l'activité touristique tunisienne.

D'une manière générale, cette analyse de l'évolution des attentes "produit" des principaux marchés émetteurs européens et autres (maghrébin et tunisien), met en évidence, d'une part ; l'érosion des séjours balnéaires «traditionnels» (Banque Mondiale, 2002) se limitant à la formule «soleil+mer». Ainsi, le balnéaire reste la motivation de base, mais il s'opère une mutation vers d'autres formules de séjour. D'autres part, pour les touristes libyens et tunisiens, une demande d'amélioration du service-soin pour le premier et le souhait de baisse des prix pour le deuxième.

Dans ce contexte général, de grandes évolutions tendent à se dessiner en termes d'achat, au niveau du comportement du consommateur :

Face à la surabondance d'offre et de canaux de commercialisation, le consommateur touristique tend à devenir « zappeur » et versatile. Il devient opportuniste dans ses actes d'achat, attendant les « soldes de dernière minute » pour bénéficier des prix cassés (Banque Mondiale, 2002).

Conclusion du chapitre 3

Djerba connaît, durant un demi-siècle, une situation économique difficile. Son accès au tourisme international lui a permis de bénéficier d'un développement dans tous les domaines. Les conséquences de cette croissance sont visibles et mesurables. Beaucoup d'argent a été investi, des milliers d'emploi nouveaux ont été créés et l'île dispose d'équipements multiples qui seront encore renforcés dans les années à venir : des infrastructures aéroportuaire et routière (qui symbolisent son désenclavement sur le plan national et sa connexion aux circuits économiques internationaux), des réseaux d'adductions d'eau et d'électricité, etc.

Depuis cette période, l'île se spécialise de plus en plus dans le tourisme : des flux de main d'œuvre, de touristes, de capitaux et d'informations sont nés entre l'île, le reste du pays et le monde. Cette activité touristique est soutenue par les pouvoirs publics³⁶⁶ au travers des stratégies de développement mises en place par la Tunisie depuis l'indépendance. La première période, qui correspond à la politique de substitution à l'importation (1962-1972), est pour le tourisme djerbien, la phase de décollage. La deuxième période (1973-1986), plus libérale, est celle de la privatisation totale du secteur (dissolution de la SHTT) pour attirer les investisseurs étrangers. La troisième phase, celle du programme d'ajustement structurel (1987-2009), permet le redressement du secteur. Ce dernier, commencé en 1993, consiste à adapter les produits. En effet, au niveau des hébergements, la plupart des constructions datent des années 1970 et commencent à devenir vétustes, d'autant plus qu'elles sont soumises aux dégradations du climat maritime. Au niveau de la qualité des services à offrir aux visiteurs, la clientèle étrangère est exigeante ou tout au moins sensible à un certain niveau de confort des hébergements, à la diversité des activités proposées ou à la qualité de l'accueil.

Toutes ces politiques avancées sont liées directement à une politique touristique qui vise un produit balnéaire avec des prix de plus en plus compétitifs. Le diagnostic mené sur cette politique nous permet de préciser les caractéristiques de l'activité touristique djerbienne dont : la première est le «tout plage». Le tourisme balnéaire est si dominant que nous sommes face à une «monoculture», avec les problèmes que cela peut poser en termes de déséquilibres géographiques³⁶⁷ et d'activité saisonnière (instabilité des employés et dégradation de

³⁶⁶ Le rôle de l'Etat dans le secteur touristique à Djerba s'est fait de façon directe à travers la création de la S.H.T.T. Cette dernière a investi directement dans la construction de plusieurs établissements touristiques.

³⁶⁷ Entre les trois délégations que sont Houmt-Souk, Midoun et Ajim.

l'environnement). Le deuxième trait dominant du tourisme djerbien, cause de sa concentration excessive, est sans doute son caractère anarchique et improvisé. Le développement rapide de structures d'accueil de masse s'est fait sans aucune planification des problèmes à venir (transports, réseaux divers, etc). L'absence de noyaux touristiques structurants et l'insuffisance des moyens de transport en ont été les causes. Ce développement incontrôlé a été aussi rapide que brutal avec l'environnement, parfois au détriment de l'activité touristique elle-même. Le troisième trait : le produit touristique djerbien (le transport sec, l'hébergement, le séjour et les circuits) est commercialisé principalement par le biais des tour-opérateurs. En effet, les grandes firmes européennes, spécialisées dans le tourisme, sont omniprésentes tant en amont qu'en aval dans le tourisme djerbien. Ces dernières accaparent une grande portion des réservations, du transport aérien, de l'hébergement et même de la consommation et du divertissement des touristes à destination de Djerba. Les flux de devises entraînés par le tourisme profitent certes à l'économie locale, mais il y a loin entre le montant du forfait payé par le vacancier au voyageur et ce qui revient au final à la région. L'essentiel des flux financiers du tourisme est capté par les prestataires intermédiaires et les chaînes internationales d'hôtellerie et de loisirs.

Face à ces réalités, le gouvernement tunisien est souvent peu regardant, tout occupé qu'il est à se procurer des devises et d'avoir un retour sur investissement le plus élevé et le plus rapide possible, même si cela devait être au détriment de la durabilité de l'activité. Actuellement, l'organisation des activités touristiques à Djerba se règle entre l'Etat et les industriels du tourisme (Tour-opérateurs et Agences de Voyages) au mépris de la population locale. En effet, il serait préférable que non seulement la population soit consultée sur l'implantation d'activités touristiques, mais qu'en plus elle y participe et devienne un véritable acteur d'un développement local durable.

Plusieurs spécialistes associent l'avenir du tourisme djerbien, aussi bien pour les visiteurs nationaux qu'étrangers, au développement de formules et produits « clés en main » ou « tout compris » alliant hébergement, restauration et activités pour de courts séjours organisables simplement et rapidement et mise en valeur du patrimoine, promotion d'activités sportives basées sur la diversité des sites naturels. L'étude des attentes des touristes qui visitent Djerba par la Banque Mondiale (2002) justifie l'idée avancée. Cette étude montre bien que la clientèle qui visite Djerba est de plus en plus exigeante et qu'elle préfère la formule « all inclusive ». Pour un meilleur développement de l'île, il est intéressant de proposer

des solutions concrètes permettant de consolider le secteur. Ce que réalise le chapitre IV, dernier chapitre de la thèse.

Chapitre 4 : Évaluation économique et environnementale de Djerba

« Il est plus intéressant aujourd'hui de mesurer la compétitivité dynamique d'une région en fonction de la valeur ajoutée [...] sans négliger les objectifs sociaux et écologiques » Aiginger, 2008

« La question de durabilité économique doit être examinée de manière plus approfondie en même temps que les aspects environnementaux et culturels ».³⁶⁹

Comme on l'a montré dans le chapitre précédent, le tourisme constitue aujourd'hui un poids prépondérant pour Djerba. Ses impacts économiques sur l'île sont considérables et il représente la première source de revenus de l'île. Pour préserver ces acquis et promouvoir un tourisme durable, il est indispensable de réaliser un suivi qui passe par l'établissement d'une méthodologie d'évaluation économique. Ce travail fournira une base de réflexion aux projets de développement du territoire, en particulier dans le domaine touristique. Elle peut permettre de générer des recettes importantes, mais surtout de conserver sur le long terme les richesses qui font son attractivité et de faire bénéficier l'économie locale des effets indirects et induits liés au développement touristique.

La réussite d'un tourisme durable exige la prise en compte du facteur environnemental composante essentiel de l'attractivité. Pour mettre en cohérence développement touristique et aménagement du territoire, Djerba doit préserver ses atouts naturels, tout comme son patrimoine culturel, qui représentent la richesse de l'île et qui sont rares et convoités. Comme on l'a montré précédemment, l'objectif de l'Etat a été de créer une activité économique permettant de sortir l'île de la crise. Dans le cadre de cet objectif, il n'y a pas eu une politique d'aménagement du territoire cohérente et de réglementation suffisamment stricte. Le résultat de la politique de tourisme de masse sans vision de long terme a fini par causer un

³⁶⁹ Conférence internationale sur le changement climatique et le tourisme, Djerba, avril 2003

déséquilibre destructeur pour l'environnement. Afin d'adopter des démarches de développement touristique durable, il est nécessaire d'intégrer les objectifs non seulement de préservation, mais aussi de mise en valeur des spécificités de l'île. Selon Kassah (2005) : « *Dans l'ensemble, les acquis et les défis du tourisme à l'échelle de Djerba incitent planificateurs, décideurs et chercheurs à entrevoir de nouvelles orientations et choix stratégiques, il s'agit en particulier de réduire la pression sur les espaces littoraux fragiles, d'améliorer la rentabilité et la compétitivité du secteur et d'assurer une répartition sociale et territoriale équitable de la manne touristique* ».

Pour répondre à ces objectifs de développement du tourisme de manière plus durable, il est tout autant nécessaire de faire un état des lieux de l'environnement et de l'effet des mesures qui ont été mises en place par les autorités, afin de définir les stratégies qui permettront de maintenir, voire d'investir dans le capital naturel (paysages, ressources et fonctionnalités) de l'environnement djerbien. Dans ce domaine, le manque de données constitue une difficulté encore plus grande qu'en matière d'évaluation économique du tourisme. Toute évaluation ne peut donc être que qualitative. Une revue des instruments de politique publique mobilisables pour développer le capital naturel d'une île comme Djerba nous est apparue comme un complément utile dans cette démarche.

Ce chapitre est divisé en deux sections. La première section propose une évaluation de l'économie du tourisme à Djerba après avoir effectué une revue des méthodes d'évaluation économique utilisées en matière d'analyse de filière et de développement local. La méthode retenue est celle dite « de masses ». L'application de cette méthode consiste à calculer les indicateurs de Valeur Ajoutée (VA), d'Excédent Brut d'Exploitation (EBE) et d'Emploi (E). La deuxième section est une première tentative d'état des lieux de l'environnement de l'île en relation avec le développement passé du tourisme et les enjeux d'un tourisme durable. Cette évaluation comporte entre autres éléments une analyse des instruments réglementaires mis en place à Djerba. Nous explorons par ailleurs l'intérêt pour Djerba des nouveaux instruments proposés par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT, 2005) dont l'objectif est la recherche d'un « développement durable de l'activité touristique conservateur de la richesse naturelle » de l'île.

Section 1. Evaluation économique du tourisme à Djerba

Dans cette section, nous exposons dans un premier temps les théories et les outils de l'analyse des territoires. Ensuite, nous proposons une méthode inspirée des cadres théoriques mais opérationnelle au regard des contraintes en matière de données pour évaluer l'économie du tourisme à Djerba. Plusieurs enquêtes ont été mises en place pour le recueil de données. Les résultats font l'objet d'une analyse et d'une discussion quant aux limites de l'exercice.

1.1- Revue des théories et outils d'analyse du développement des territoires

Il existe plusieurs approches théoriques permettant de préciser quels sont les facteurs du développement des territoires, notamment les territoires de petite taille comme Djerba. L'analyse de la croissance régionale peut être abordée selon quatre approches qui tentent d'identifier les forces à l'œuvre dans le développement. D'après Aydalot (1985) les cadres conceptuels pour analyser le développement régional sont : le développement inégal, le développement régional (dit également endogène, autocentré ou local), la théorie de base et la théorie de pôle de croissance.

1.1.1- Les théories du développement inégal

Les théories du développement inégal s'appuient sur l'inégalité des forces sociales localisées. On peut distinguer trois théories : la causalité circulaire et cumulative, les analyses centre-périphérie et celle de la division spatiale du travail.

a. La théorie de la causalité circulaire et cumulative

Selon Myrdal³⁸⁹ cité par Aydalot (1985), Defourny et Samson-Gueguen (2003) Poléze et Shéarmur (2009), la croissance est considérée comme un processus susceptible d'accroître les disparités régionales et conduisant à une polarisation spatiale de l'économie. De même une différence initiale des niveaux de productivité procure un avantage déterminant aux économies qui sont initialement les plus progressives. « *L'inégalité est un déséquilibre qui entraîne des réactions du système* ».

³⁸⁹ L'un des défenseurs de la théorie de la causalité circulaire et cumulative.

Dans ce cadre, la mobilité des facteurs, notamment du capital, devient un facteur déséquilibrant, en dirigeant les facteurs vers les espaces aux technologies les plus avancées. Et le processus devient cumulatif car les espaces les moins développés deviennent par conséquence moins aptes à progresser. Par exemple l'intensité de capital est supérieure au Nord. Ceci est expliqué par l'absence de marchés financiers ou leur organisation insuffisante dans le sud et la concentration du système bancaire qui filtre l'épargne en direction des régions centrales (= du nord). Tout cela prive les régions pauvres des capitaux nécessaires au développement.

b. Les analyses centre-périphérie

Plusieurs auteurs comme Hirschman, Friedmann et Holland tentent d'expliquer la structure hiérarchisée des espaces économiques sur le plan international comme sur le plan régional, en opposant le centre et la périphérie (Samson-Gueguen, 2003, p. 28). Selon Hirschman et Friedmann cité par Aydalot (2005, p. 140), le centre et la périphérie ne se distinguent pas uniquement par des dotations en facteurs différentes. Les activités avancées se concentrent au centre car l'environnement culturel y est plus favorable. Les rendements décroissants qui devraient bloquer, à terme, sa croissance tardent à apparaître. Les occasions de profit sont donc mal perçues et mal utilisées à la périphérie, les exportations du centre font l'objet d'une demande croissante et la périphérie, vidée de ses capitaux et de ses hommes, connaît par conséquent des difficultés d'adaptation. Dans ces conditions, même une convergence partielle des revenus entre centre et périphérie ne peut masquer l'enracinement des inégalités fondamentales. Holland propose de tenir compte de l'action perturbatrice des pays moins avancés, et montre que les relations entre régions riches et pauvres des pays industriels ne sont qu'une fraction d'un ensemble de relations beaucoup plus complexes qui font profiter les régions centrales des flux d'épargne de l'ensemble du pays.

c. La division spatiale du travail

Massey, Migan (fin des années 70) et Aydalot (1976 et 1983) proposent une analyse fondée sur les relations entre les formes de production (technique et organisationnelle) et les modes de vie. Cette théorie connue par la division spatiale du travail, met l'accent sur l'espace. Selon cette théorie : « *L'espace, porteur de mode de vie, est l'instrument essentiel d'inertie [...] et la maîtrise de l'espace, c'est la possibilité de choisir* ». Chaque forme d'organisation de la production sécrète des formes de vie quotidienne, des types d'habitat et

des modèles de consommation. Selon Aydalot (2005, p. 142) : « ...*Lorsqu'une technologie nouvelle est mise en action dans un milieu dont le fonctionnement est encore déterminé par des formes techniques antérieures, le décalage ainsi créé, peut être porteur de plus-value pour l'entreprise puisque le coût de reproduction de la force de travail est encore calqué sur les pratiques de production antérieures tandis que la productivité s'est accrue* ». Il ajoute que les bassins d'emploi isolés et ruraux, offrent des modes de consommation peu coûteux réduisant le coût de production de la force de travail.

1.1.2- La théorie du développement endogène

Selon Samson-Gueguen (2003, p. 29) la théorie du développement endogène « *n'est pas une théorie bien identifiée mais plutôt un ensemble d'idées portées notamment par Friedmann et Stöhr et relatives au développement autocentré. Le développement endogène apparaît d'abord comme une critique des principes de l'économie de marché, fondée sur la rentabilité d'agents indépendants et sur le quantitatif* ». Les diverses théories du développement endogène découlent de trois modèles : le développement local, le développement économique communautaire et le modèle des milieux innovateurs.

a. Le développement local

Ce type de développement repose essentiellement sur les trois postulats suivants: le développement est un processus global ; les micro-initiatives participent au développement global ; et la ressource humaine constitue la force motrice du développement (Vachon 1991). Contrairement aux théories du développement exogène (développement par étape, pôles de croissance et dichotomie centre/périphérie), le développement « par le bas » émerge dans les petites unités territoriales et contribue à façonner le développement du système global (Fontan et Tremblay 1994; Fortin et Prévost 1995). En plus, selon cette pensée, la communauté est l'acteur principal de son développement. Cependant, pour qu'il soit efficace, le développement local doit être appuyé par des capacités entrepreneuriales et surtout par des liaisons fortes avec les marchés nationaux et internationaux. La proximité d'un marché, un minimum d'économies d'agglomérations et l'accès à un centre urbain semblent également nécessaires pour assurer la bonne marche de ce modèle, à moins d'être en face d'une impulsion particulière provenant d'une grande entreprise. Néanmoins, le développement local est soumis à des contraintes qui dépassent largement les capacités des intervenants locaux et

régionaux. Par exemple, les stratégies de développement endogène et la prise en main doivent s'opposer à des puissances économiques énormes. De plus, elles s'élaborent au sein de réseaux d'acteurs qui n'ont pas toujours les mêmes visions ni les mêmes intérêts en matière de développement économique.

b. Le développement économique communautaire

Cette forme du développement local repose essentiellement sur la prise en main par la population du devenir collectif de leur communauté et de l'entrepreneuriat (Newman et al 1996). D'autres concepts peuvent s'associer à cette forme de développement. Il s'agit de la mobilisation des citoyens, de la solidarité, de la créativité, de la valorisation des ressources locales et de la décentralisation de certains pouvoirs décisionnels.

Le développement économique communautaire a d'abord été une forme particulière d'intervention dans les pays en voie de développement et dans les zones urbaines marginalisées des Etats-Unis. Au départ, ces pratiques se fondaient sur la mobilisation des communautés autour d'une philosophie de travail basée sur l'éducation populaire et ce, dans le but de favoriser la diffusion des politiques de type démocratique ou, sur le plan économique, d'implanter de nouvelles méthodes ou de technologies modernes. Aux Etats-Unis cette forme de développement remonte aux premiers colons du Mayflower et à leurs pratiques d'assistance mutuelle, puis aux coopératives qui furent instituées au cours de la grande dépression des années trente. L'objectif ultime du développement économique communautaire est de changer une situation en fonction des besoins locaux à partir des mobilisations locales.

c. La théorie des milieux innovateurs

La littérature européenne est particulièrement abondante sur ce sujet (Aydalot 1986 ; Camagni 1990, Beccatini 1992 ; Pecquer 1996). Les exemples de la « Silicone Valley » dans la micro électronique et de la « troisième Italie » dans la confection sont connus par la plupart des chercheurs des sciences régionales. La théorie des milieux innovateurs porte principalement sur la création d'entreprises nouvelles. Elle met l'accent sur le territoire, ou le milieu, considéré comme source d'innovation. La dimension territorialisée du développement de l'innovation et des entreprises n'est pas nouvelle. Elle fut abordée par de nombreux économistes évolutionnistes tels que Schumpeter, Marshall et Dorsi. Dans un contexte où l'on observe un déplacement de la demande vers des produits différenciés, l'importance des

rendements d'échelle et des effets d'apprentissage sur des grandes séries se trouve remise en cause. Ainsi, selon Majella Simard (2008) *« l'avantage comparatif d'une localité n'est pas tant lié au potentiel biophysique qu'à la dotation d'une ressource et originale à exploiter de manière intensive »*.

1.1.3- La théorie de la base

La théorie de la base, ou base exportatrice (export base), est une présentation macroéconomique et simplifiée des théories des débouchés extérieures qui voient dans le développement des échanges le moteur de la croissance. Selon Aydalot (1985) : *« L'intuition majeure de la théorie de la base est la suivante : seuls les ensembles économiques de grande dimension, tels que les grandes nations, sont maîtres de leur développement au point que celui-ci dépend de variables internes, de propensions qui leur sont propres »*. L'explication d'Aydalot est justifiée par les économies d'échelle. En effet, ces dernières impliquent qu'une dimension minimale des unités économiques (une région, une ville, une petite nation) est nécessaire pour posséder un échantillon complet de l'ensemble des activités. Toute économie ne présentant pas ces caractéristiques sera nécessairement une économie ouverte. Selon cette théorie, la variable décisive du développement territoriale est le revenu monétaire capté de l'extérieur par les territoires (et qui est appelé revenu basique). La rémunération des facteurs locaux de production et la valeur ajoutée créée localement ne sont que des modalités parmi d'autres de captation de ces revenus. Cette base productive associée aux emplois publics, aux pensions de retraite, aux prestations sociales, ou aux revenus des « résidents non recensés » (résidents secondaires, touristes,...) est désormais plus importante que les autres sources de revenus.

Les travaux de Davezies et Vollet (1997) attestent ainsi de l'importance d'une autre base économique, résidentielle, qui permet de comprendre le développement de certains territoires : ces travaux montrent que le véritable enjeu du développement d'un territoire n'est pas de créer le plus de richesses possibles, mais d'en capter le plus possible. Cette théorie s'appuie sur un constat macro-économique : l'augmentation du temps libre, le développement technologique (internet, TGV, portable...) participent de plus en plus au découplage entre lieux de production et lieux de consommation (Davezies, 2004). Le mécanisme du «développement basique» est, de façon simplifiée, le suivant : (i) le territoire attire de diverses façons des revenus de l'extérieur qui constituent la base économique; (ii) ce revenu stimule

l'activité nationale qui produit des biens de consommation ou d'équipement et des services vendus localement; (iii) et détermine ainsi le niveau de revenu, d'emploi et de cohésion du territoire (Davezies, 2003). Vollet (2007) a utilisé la théorie de la base économique pour rendre compte des liens entretenus entre tourisme et développement territorial à condition d'intégrer dans les activités basiques celles liées à la vente locale de biens ou services à des personnes au revenu externe (touristes notamment). Une synthèse des applications au tourisme réalisées en France depuis une décennie a mis en évidence ses potentialités pour souligner les avantages comparatifs des espaces régionaux. Tandis que les effets directs du tourisme demeurent relativement limités, ses effets multiplicateurs sont plus importants que ceux des activités agricoles et industrielles.

1.1.4- La théorie des pôles de croissance ou de développement

Cette approche est fondée par François Perroux à la fin des années cinquante et reprise par la suite par maints spécialistes (Hirschman, De Bernis, Boudeville, Vollet...) à travers le monde. Ce modèle tente de voir comment les effets de la croissance se propagent dans l'espace entre les pôles de « développement » et leur zone d'influence. Il montre que quand une innovation est créée par une macro unité qui tient un rôle moteur, cette innovation va engendrer des effets variés : une augmentation de la demande auprès des fournisseurs, une augmentation des quantités produites et des économies externes se transmettant verticalement et bénéficiant aux secteurs en relation avec le secteur innovateur.

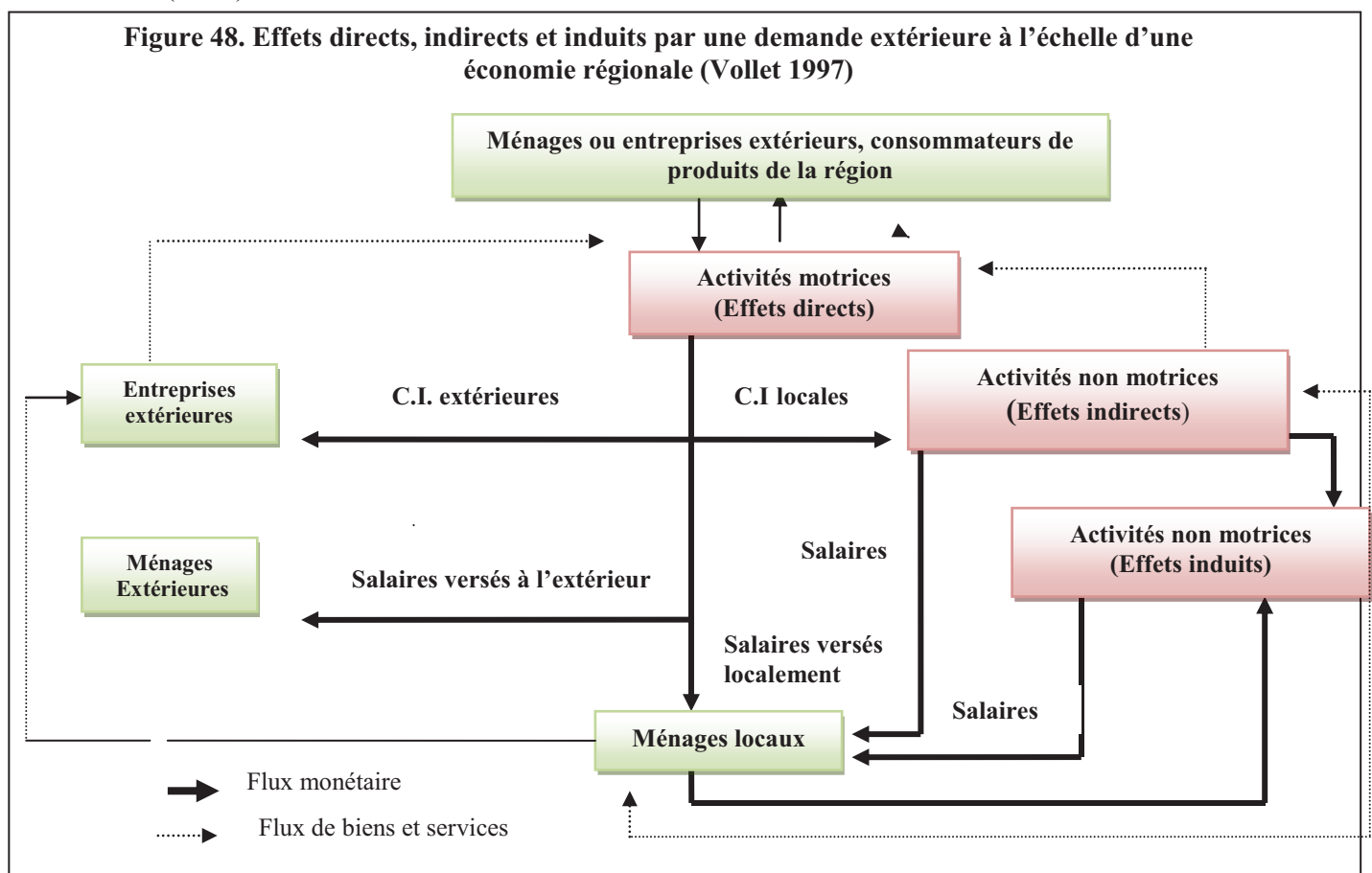
Perroux propose trois voies de diffusion des effets issus d'une unité motrice : par les prix, par les flux et par les anticipations. Si on introduit la dimension spatiale, les activités additionnelles apparaissant en réponse aux impulsions données par l'industrie motrice ne se dispersent pas sur tout le territoire, mais ont tendance à se regrouper au voisinage de l'unité motrice. Les unités dépendantes sont de petite dimension et elles recherchent un meilleur accès au divers marché et des économies d'agglomération. Ainsi la théorie des pôles de croissance engendre des initiatives libérant une épargne latente qui se trouve investie sur place alors qu'elle ne l'aurait pas été sans la présence de l'investissement initial.

Cette théorie connaît un grand succès car de nombreuses applications ont permis de vérifier ses fondements et elle se prête sans trop de difficultés à des applications qui ont pu, par ailleurs, valider cette approche théorique. Boudeville (1970) a apporté d'autres

compléments aux thèses de François Perroux. Il part de l'idée que la mesure de l'impact d'une grande unité induit trois catégories d'effets :

- 1) les effets directs : ce sont les recettes engendrées par les exportations de produits et de services. Selon Vanhove (1975) les dépenses touristiques doivent ainsi être considérées comme des exportations dans le cadre d'une analyse régionale.
- 2) les effets indirects : sont liés aux revenus distribués par l'unité motrice. Leur dépense fournira des débouchés à des entreprises et des commerces locaux et propagera ainsi la croissance dans l'ensemble de l'économie.
- 3) les effets induits : ce sont les recettes additionnelles des secteurs d'activité de la zone, consécutives à la croissance des revenus entraînés par les effets directs et indirects à l'intérieur de la zone. L'augmentation globale du niveau d'activité des entreprises motrices et non motrices de la région engendre une croissance intérieure globale, ce sont les effets induits.

Pour une meilleure illustration de ces catégories d'effets. Nous empruntons la figure n°48 de Vollet (1997).



Ces effets directs, indirects et induits peuvent être quantifiés à l'aide de trois types de multiplicateurs : le multiplicateur keynésien, le multiplicateur de l'analyse input-output et le multiplicateur de base.

1.1.5- Le multiplicateur keynésien et l'analyse input-output

Les principes du multiplicateur keynésien et le multiplicateur de l'analyse input-output sont présentés successivement, illustrés par des applications.

a. Le multiplicateur keynésien, application au tourisme

Le multiplicateur keynésien s'appuie sur la demande. Plus précisément, il représente la mesure des effets d'une unité additionnelle de demande finale sur les différentes composantes d'une unité économique. Les deux paramètres clés dans l'estimation du multiplicateur keynésien sont la propension marginale à dépenser localement et la propension marginale à importer. Schmid (1975), dans ses travaux sur l'économie du tourisme, introduit la formule suivante :

$$\Delta Y = \frac{1 - m_1}{s + m_2} \Delta x_t$$

Où :

- m_1 représente la propension marginale à importer de la demande touristique ;
- m_2 représente la propension marginale à importer de la demande locale ;
- s représente la propension marginale à épargner ;
- x_t représente l'accroissement de la demande touristique ;
- Y représente le revenu touristique.

Echevin et Gerbeaux (1999) ont mesuré l'effet du multiplicateur keynésien sur l'activité touristique dans les parcs régionaux du Vercors et du Livradois-Forez. Ce travail s'inscrit dans un projet européen rassemblant trois équipes française, écossaise et portugaise. Le travail mesure l'impact local des diverses dépenses des touristes et évalue les effets directs, les effets indirects et les effets induits. Il cherche aussi à mesurer l'importance des fuites au profit des espaces périphériques. Les objectifs de l'étude visent à comparer les retombées économiques de la fréquentation touristique dans les parcs du Vercors et celui du Livradois-Forez et à leur périphérie en retenant deux types d'hébergement, l'hôtellerie et l'accueil à la

ferme. Des enquêtes auprès des touristes et des entreprises localisées dans chaque parc naturel permettent de connaître les niveaux de dépenses de consommation, de chiffre d'affaires, les principaux éléments de coûts et de rémunération des facteurs.

Tableau 98. Effet revenu et effet emploi .pour une dépense touristique de 10 000 Francs en Vercors et en Livradois-Forez

	Effet revenu total (en francs)	En indice	Effet emploi	En indice
Hôtellerie Livradois Forez	31 400	100	0.29	100
Hôtellerie Vercors	32 000	102	0.30	103
Agritourisme Vercors	46 500	148	0.47	162
Agritourisme Livradois -Forez	55 000	175	0.95	327

Source : Echevin et Gerbeaux, 1999, p. 310.

b. Les multiplicateurs de l'analyse input-output

Le but de l'analyse input-output est d'étudier les relations qui existent entre les différents secteurs d'une économie donnée (liens en amont ou en aval de la production). Toutes les catégories d'agents économiques sont représentées, les ménages, les firmes, l'Etat et le reste du monde, avec une estimation des transactions pour une période. En représentant toutes les ressources en facteurs (travail et autres facteurs primaires), l'analyse input-output permet selon Samson-Gueguen (2003, p. 34) : « *de mesurer non seulement les effets directs et indirects mais aussi les effets directs, indirects et induits produits par un changement d'une composante de la demande finale* ».

Il existe plusieurs types de multiplicateurs : ceux représentant les effets directs et indirects sont appelés multiplicateurs de **type 1**, ceux représentant les effets directs, indirects et induits sont appelés multiplicateurs de **type 2**. On distingue aussi les multiplicateurs de production qui mesurent les effets d'une variation de la demande d'un produit sur les niveaux de production et les multiplicateurs de revenus qui mesurent ces effets sur les revenus du travail et des autres facteurs.

Le calcul du multiplicateur de l'input-output se réalise à travers plusieurs étapes :

La première étape consiste à établir le tableau Entrées-Sorties (TES) de l'économie étudiée. La construction de ce tableau nécessite de nombreuses informations statistiques (transactions des secteurs d'activités à l'intérieur du territoire, les échanges du territoire avec l'extérieur, les transactions des différentes composantes de la demande finale avec les activités de la zone et l'extérieur). Ces statistiques existent pour un Etat. Ce sont les comptes de la nation, comme ceux qui sont établis chaque année par l'Institut National de la Statistique (INS) pour la Tunisie. Nous empruntons l'exemple pris par Samson-Gueguen (2003).

Tableau 99. Exemple de tableau des entrées-sorties appliqué à une économie régionale

	Demande intermédiaire		Demande finale			
En millions de francs	Industrie	Tourisme	Demande finale	Dépenses des touristes	Exports	Produits totaux
Industrie	40	90	40	10	20	200
Tourisme	80	30	60	130	*	300
Travail et revenus du travail	40	120	20	20	*	200
Autres facteurs primaires	20	30	40	*	*	90
Importations	20	30	20	*	*	70
Emplois totaux	200	300	180	160	20	860

Source : Samson-Gueguen (2003, p. 34).

La deuxième étape : après avoir remplir le tableau TES, il est possible de calculer les coefficients de chaque catégorie des consommations intermédiaires et autres ressources nécessaires pour produire une unité d'un produit d'un secteur particulier. La somme en colonne est égale à 1. Par exemple, l'effet direct du tourisme sur le revenu du travail est lu directement dans le tableau (tourisme / travail et revenu du travail = 0.4, cf. tableau 100) :

Tableau 100. Matrice des coefficients techniques calculés à partir de l'exemple

	Industrie	Tourisme	Dépenses des touristes	Autre demande
Industrie	0.2	0.3	0.06	0.3
Tourisme	0.4	0.1	0.81	0.3
Travail et revenus du travail	0.2	0.4	0.13	0.1
Autres fact. primaires	0.1	0.1	*	0.2
Importations	0.1	0.1	*	0.1
Dépenses totales	1.0	1.0	1.0	1.0

Source : Samson-Gueguen (2003, p. 35).

La troisième étape consiste dans le calcul des matrices de Leontief inversé (L) et des coefficients techniques (A).

$$L = (I - A)^{-1} \quad (I \text{ étant la matrice Identité})$$

La matrice A est constituée des coefficients techniques relatifs aux industries et au tourisme. Dans l'exemple,

$$A = \begin{bmatrix} 0.2 & 0.3 \\ 0.4 & 0.1 \end{bmatrix} \quad L = \begin{bmatrix} 1.5 & 0.5 \\ 0.67 & 1.33 \end{bmatrix}$$

Les effets directs et indirects du tourisme sur les industries sont :

$$(0.5 \times 0.2) + (1.33 \times 0.4) = 0.632.$$

Le multiplicateur des effets directs et indirects du tourisme (type 1) est $M = 0.632 / 0.4 = 1.58$.

Nous pouvons citer un autre exemple, l'estimation des multiplicateurs faite pour la Tunisie dans le cadre de l'étude JICA³⁹⁰ (2001). Ici, le multiplicateur est estimé à 2.097 pour le tourisme, 2.183 pour la construction et 1.889 pour l'artisanat. Un multiplicateur de 2.097 pour le tourisme signifie qu'un input de 1 au secteur touristique créera une consommation totale et une production connexe de 2.097 dans l'économie tunisienne.

Tableau 101. Exemple d'une estimation des multiplicateurs

Activités liées au tourisme	Multiplicateur
Tourisme (hôtels et restaurants)	2.097
Investissements (construction)	2.183
Artisanat (céramique et tapis)	1.889

Source : JICA (2001).

Ce que l'on peut remarquer, c'est que les deux multiplicateurs, keynésien et input-output permettent d'estimer les effets directs, indirects et induits suite à une variation de la demande de produit ou d'un service sur un secteur d'activité particulier ou sur l'ensemble des secteurs d'une économie nationale. Ces instruments sont difficiles à mettre en œuvre étant donné l'état lacunaire des données lorsqu'on travaille à un niveau régional et infra régional. Mais il ressort de l'exemple tunisien qu'il n'est pas satisfaisant d'utiliser les multiplicateurs estimés au niveau national pour une application locale. À titre d'illustration, on note de nombreuses faiblesses dans la méthode d'évaluation adoptée pour l'étude de JICA effectuée en Tunisie tant au niveau de la valeur ajoutée que de l'emploi.

³⁹⁰ Pour plus de détails sur la méthodologie d'estimation des multiplicateurs, voir Tome 3 Etude JICA (2001).

En l'absence d'un compte satellite du tourisme (cf. Annexe 9) en Tunisie, la valeur ajoutée est évaluée pour les différents secteurs d'activité définis par le système comptable mis au point par les Nations Unies. Elle est estimée par une enquête annuelle auprès des entreprises des différents secteurs d'activité, parmi lesquelles environ 100 hôtels sont interrogés. Les seules données disponibles en la matière sont celles publiées par l'Institut National de la Statistique (INS) dans le cadre de l'élaboration des Comptes de la Nation. Il convient de rappeler que le découpage de l'activité nationale en secteurs d'activité adopté par le Système des Nations Unies utilisé en Tunisie ne permet pas d'appréhender correctement l'activité du secteur du tourisme puisque la seule activité mise en évidence par la comptabilité nationale est relative au secteur d'activité « Hôtels, cafés, restaurants » qui n'est pas exclusivement de nature touristique (Banque Mondiale, 2002). En effet, elle inclut des productions des cafés et des restaurants qui sont consommées par des nationaux non touristes et, surtout, elle n'inclut pas des productions de nature touristique comme celles des agences de voyages ou des activités de loisirs. Dans le système de comptabilité nationale utilisé, l'activité touristique n'est identifiable qu'à travers le secteur d'activité « Hôtels, cafés, restaurants » et encore de manière incorrecte dans la mesure où l'activité de nombreux restaurants et cafés est loin d'être totalement de nature touristique. Les autres activités directes du secteur tourisme sont noyées dans des secteurs d'activité dont la majeure partie n'est pas de nature touristique :

- « activités de services marchands divers » pour les agences de voyage ;
- « transport et communication » pour les transports aériens, maritimes ou terrestres effectués par des touristes ;
- plusieurs secteurs d'activité classés dans les industries manufacturières pour les produits artisanaux achetés par les touristes.

Dans l'ensemble, malgré la surestimation résultant de l'assimilation du secteur d'activité « Hôtels, cafés, restaurants » à une activité du secteur tourisme, l'évaluation faite de la valeur ajoutée par les entreprises ayant une activité touristique directe ou indirecte est nécessairement inférieure à la réalité (Banque Mondiale, p.149).

Les seuls emplois dans le secteur tourisme faisant l'objet d'une estimation sont les emplois dans les hôtels, évalués à partir de l'utilisation d'un coefficient constant de 0,4 emploi par lit³⁹¹. En ce qui concerne l'emploi dans les hôtels, le fait que le ratio utilisé soit le même

³⁹¹Le nombre d'emplois dans les hôtels dits emplois « directs », est calculée et publiée par les services de l'O.N.T.T.

depuis 1962, conduit à émettre des réserves sur le degré de précision des estimations faites. En effet, le nombre d'emplois par chambre d'un hôtel est d'autant plus élevé que sa catégorie est haute. La structure du parc hôtelier tunisien a fortement évolué entre 1962 et 2005. Au cours des dernières années, alors que le nombre de lits dans les hôtels de 4 ou 5 étoiles a augmenté en moyenne de 8,6% par an entre 1998 et 2000, le nombre de lits dans les hôtels de 1 à 3 étoiles n'a augmenté en moyenne que de 1,5% par an et le nombre de lits dans des hôtels non classés a diminué en moyenne de 5,8% par an. Il est donc hautement probable que le ratio du nombre d'emplois par lit n'est pas resté constant depuis 1962 et vraisemblable qu'il a augmenté. Il en résulte que le nombre d'emplois directs du secteur tourisme est fortement sous-estimé, alors que le nombre d'emplois indirects ou induits est totalement inconnu, ce qui est particulièrement regrettable pour une variable aussi importante.

1.2- L'évaluation économique du tourisme à Djerba, méthode et recueil de données

Autant la réflexion économique fournit de nombreux cadres conceptuels pour analyser la dynamique du développement économique local, autant l'information permettant de mesurer les effets d'entraînement d'un secteur moteur tel le tourisme sur une économie locale comme celle de Djerba apparaît limitée et susceptible de fortement biaiser un diagnostic sur lequel il serait fondé. Il nous est donc apparu nécessaire de construire une méthode s'inspirant de différents cadres théoriques afin de produire une analyse basée sur une collecte directe de données auprès des acteurs de l'économie de Djerba. Nous présentons ici la méthodologie retenue, le recueil de données. L'analyse des résultats fait l'objet de la sous-section suivante.

1.2.1- Méthodologie d'évaluation

Fondamentalement, la performance économique d'un pays ou d'une région est déterminée par la performance de ses entreprises et de ses industries. Selon Aiginger (1997) : *« Les régions sont concurrentielles lorsqu'elles abritent un grand nombre d'entreprises florissantes, qu'elles vivent des effets d'entraînement, créent des institutions et produisent des marchandises ayant des répercussions externes »*. Le tourisme en tant qu'un ensemble d'entreprises vendant des services dans un contexte concurrentiel crée de la valeur et produit des effets d'entraînement indirects et induits. Dans une île comme Djerba, le tourisme constitue le pôle de développement économique auquel on associe des effets directs de

création de valeur et des effets indirects et induits à différentes échelles. Nous plaçant du point de vue du décideur local en charge du développement économique de Djerba nous voulons mesurer ces effets à cette échelle. De façon à proposer une méthodologie simple à mettre en œuvre, peu coûteuse pour permettre sa reproductibilité et pertinente du point de vue de l'évaluation, nous retenons une approche à partir de « masses » ou agrégats. Trois indicateurs mesurés à différents niveaux sont retenus pour cette évaluation par la méthode des masses :

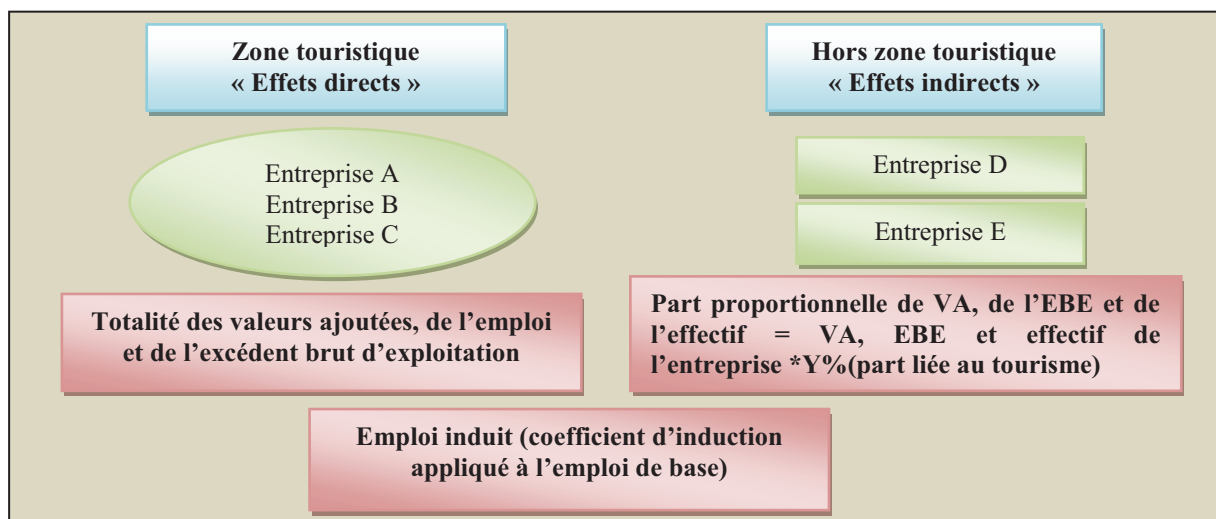
- la valeur ajoutée (VA)
 - l'excédent brut d'exploitation (EBE)
 - l'emploi
- La valeur ajoutée, concept issu de la comptabilité nationale, est définie comme la différence entre la valeur de la production et celle des consommations intermédiaires de biens et de services. Elle permet, au niveau macroéconomique, de mesurer la contribution d'un secteur institutionnel ou d'une branche au PIB (Produit intérieur Brut) qui, par définition, est la somme de toutes les valeurs ajoutées créées majorée de la TVA et des droits de douane et assimilés. Ce critère rend mieux compte du poids économique réel de la branche ou de l'entreprise que les ventes ou la production (chiffre d'affaires). En effet, il ne dépend pas comme eux, de la position de l'entreprise sur la chaîne de valeur ajoutée. Il existe différentes méthodes de calcul de la valeur ajoutée selon le statut juridique de l'entreprise (Cf. Annexe 10). Dans une optique locale, la connaissance de la répartition de la valeur ajoutée permet de déterminer le poids économique des différents segments de l'activité touristique.
 - L'excédent brut d'exploitation est un indicateur de la part de la valeur ajoutée qui est à disposition des entrepreneurs. Il se déduit de la valeur ajoutée par addition des subventions d'exploitation et par soustraction des impôts, taxes et versements assimilés ainsi que les charges du personnel. Ce critère qui mesure la capacité d'autofinancement de l'entreprise a l'avantage de ne pas dépendre de la politique d'amortissement de l'entreprise ni des charges et produits dits « autres » (qui sont en marge des activités d'exploitation), il permet de faire des comparaisons dans le temps et dans l'espace plus significatives que celles fondées sur le résultat d'exploitation.
 - L'emploi traduit en termes physiques la part de la valeur ajoutée qui est distribué sous formes de rémunérations du travail. Il peut se mesurer de manière plus ou moins

détaillé selon la nature du contrat (temps plein / temps partiel, quotités de temps partiel, Equivalent Plein Temps). L'emploi fournit une bonne base pour une extrapolation des observations d'enquête à l'échelle du territoire, les données d'emplois étant généralement disponibles ce qui n'est pas le cas de la valeur ajoutée ou de l'EBE des différentes activités, accessibles seulement par enquête ou à des niveaux supérieurs d'agrégation (comptabilité nationale).

La mesure des effets directs et indirects sur une région peut être estimée au moyen de ces trois indicateurs. Ils peuvent devenir un outil d'orientation des choix locaux de développement du tourisme en favorisant par exemple les activités les plus créatrices de richesse ou en facilitant le rapprochement des activités les plus dépendantes les unes des autres. Pour établir ces indicateurs, on peut recourir à des enquêtes par questionnaires, des entretiens et utiliser les agrégats de la comptabilité nationale.

Partant du territoire, l'île de Djerba, on sépare le pôle de croissance, en l'occurrence la zone où se concentre l'essentiel de l'activité touristique, du reste de l'économie locale (fig. 50). Dans cette « zone touristique », on trouve des entreprises dont la totalité, ou presque, du chiffre d'affaires provient des revenus du tourisme. Elles exercent plusieurs activités (hôtels, restaurants, agences de voyages, compagnies aériennes,...). Dans le reste du territoire, « hors zone touristique » on trouve de nombreuses activités qui dépendent pour partie de la redistribution des revenus de la zone touristique. Il s'agit de l'espace des effets indirects, fournisseurs de biens et services au secteur touristique, et des effets induits.

Figure 49. La méthode de masses



Source : Réalisation personnelle.

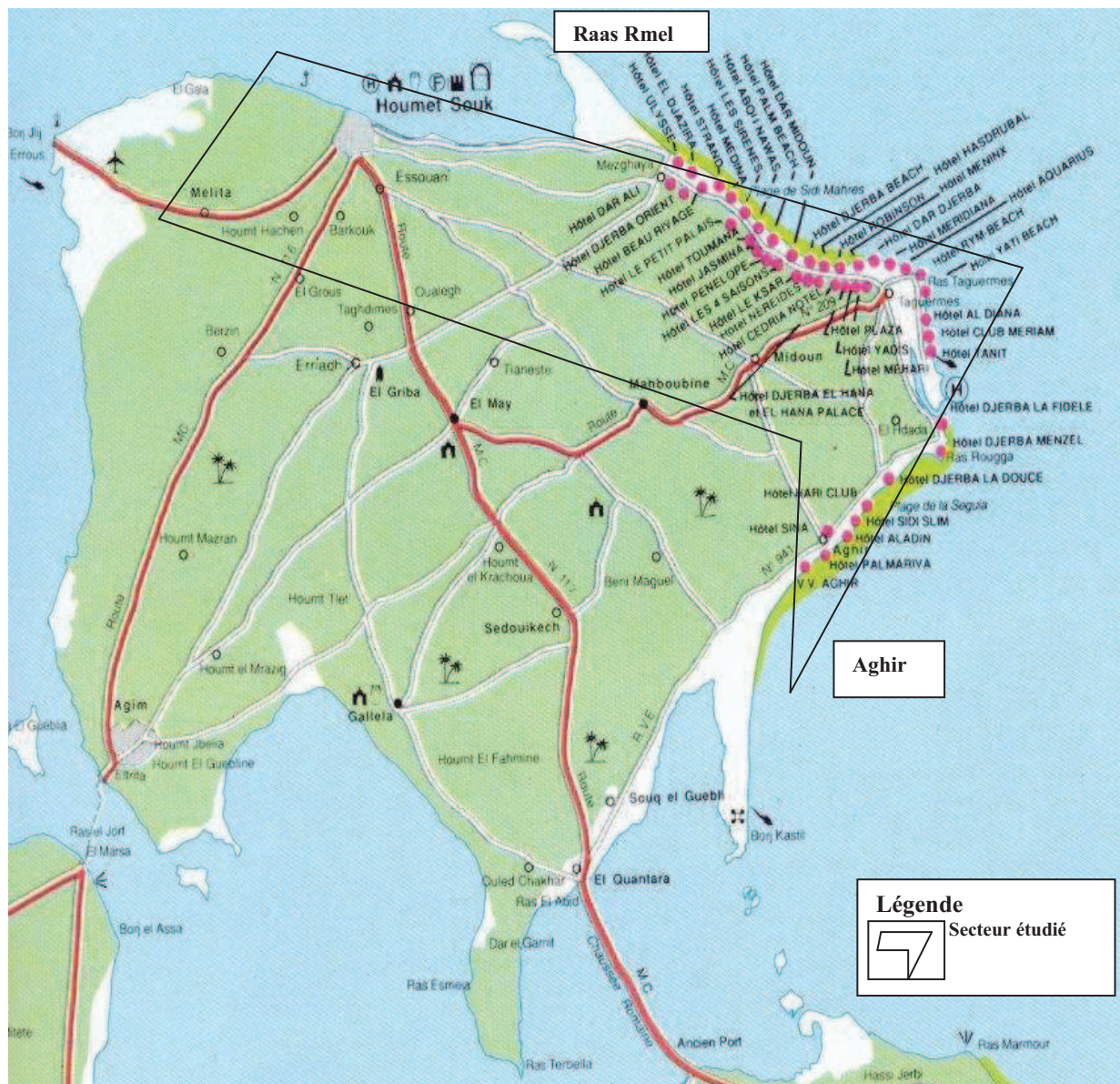
La mesure de la valeur ajoutée, de l'Excédent Brut d'Exploitation (EBE) et de l'emploi sont donc retenus ici comme indicateurs de la performance du secteur touristique à Djerba et des activités indirectes et induites. Les effets directs sont mesurés dans la zone touristique, les autres étant distribués hors zone touristique dans l'île. Comme toujours dans ce type d'étude, il s'agit d'un découpage à vocation opérationnelle présentant des limites, mais qui nous paraît refléter la réalité de l'économie de Djerba.

La méthodologie utilisée tente d'apprécier les conséquences économiques de l'activité touristique sur les revenus distribués localement et sur les emplois créés. Comme Echevin et Gerbeaux (1999) et Samson-Gueguen (2003), nous partons de chaque unité de production et on cherche à estimer les revenus directs et indirects engendrés par les dépenses locales touristiques dans cette unité. Les estimations sont produites à partir d'un travail d'enquête statistique associé à une description du fonctionnement de l'économie djerbienne structurée autour du tourisme.

1.2.2- Collecte de données

La « zone touristique » qui fait l'objet du travail d'enquête couvrant toute la bande côtière de Rass Rmel et Aghir (30 km de côte) et les centre villes de Midoun et de Houmt-Souk. Elle regroupe cent dix huit hôtels, vingt restaurants, quarante et une agences de voyages, l'aéroport de Djerba, un Casino, un terrain du Golf et les administrations publiques spécialisées dans le tourisme.

Figure 50. Carte de Djerba



Source : <http://vacances.tunisiennes.pagesperso-orange.fr/carte%20djerba/cartejerba2.jpg>. A. Dribek (2012).

Le travail a exigé deux collectes de données conduites en 2007 et 2008. Une première a été réalisée auprès des unités touristiques et de leurs principaux fournisseurs pour connaître leur CA, VA, EBE et Emploi générés en 2005 et 2006. On entend par unités touristiques toutes les activités dont la totalité du chiffre d'affaires est directement liée au tourisme, soit sous forme de revenus directs (hôtels, restaurant, agences de voyages,...), soit par effet de redistribution (administrations travaillant exclusivement ou en partie pour le tourisme dans la zone touristique). Plus de 200 unités touristiques et fournisseurs ont ainsi été enquêtés par téléphone ou en direct. Une recherche complémentaire sur des sites web a été réalisée lorsqu'il n'a pas été possible d'obtenir des informations sur la base du questionnaire. Du point

de vue méthodologique, l'étude financière de l'hôtellerie tunisienne (ONTT, 2008) et un certain nombre de documents méthodologiques de l'INSEE ont fourni des référentiels qui sont peu nombreux dans le domaine de l'évaluation économique du tourisme. Nous présentons dans la suite les résultats de l'évaluation.

1.3- Résultats de l'évaluation

Les résultats de l'évaluation sont présentés en deux temps : l'évaluation des activités directes tout d'abord et l'analyse des activités indirectes et des effets induits ensuite.

1.3.1- Evaluation des activités directes

On a retenu comme activités directement créatrices de richesse à partir du tourisme : les hôtels, la restauration, les agences de voyages, les guides touristiques, les activités de promenade, les bases nautiques, le casino, le golf, les activités de surveillance et de contrôle, l'aéroport et les administrations situés dans la zone touristique. Pour calculer la valeur ajoutée, l'EBE et l'emploi totaux dans le secteur hôtelier, on a divisé l'hôtellerie en cinq classes : 5*, 4*, 3*, 1 et 2*, non classés et villages de vacances³⁹². Les modalités de calcul sont synthétisées dans le tableau 102.

³⁹² La catégorie des hôtels non classés est l'objet de nombreuses incertitudes. Elle apparaît dans les statistiques du commissariat du tourisme, mais ce secteur n'est pas officiellement reconnu par les autres acteurs du tourisme. La clientèle est pour une grande part constituée de Tunisiens et de Lybiens.

Tableau 102: Calcul des indicateurs d'effets directs

Calcul de l'emploi hôtelier : Emploi H Total = Emploi 5*+ Emploi 4* + Emploi 3* + Emploi 2* et 1* + Non Classé et Villages de Vacances

VA directe= \sum (VA Hôtelière + VA Restauration + VA Agences de voyages + VA Guides Touristiques + VA Promenades + VA Bases Nautiques + VA Casinos+VA Golf +VA Activités de Surveillance et de Contrôle+VA Aéroport +VA Administration)

EBE direct= \sum (EBEH+EBER+EBEA+EBEGT+EBEP+EBEBN+EBEC + EBEG+EBEASC+EBEAE+EBEAD)

Emploi direct= \sum (EH+ER+ EA +EGT+EP+EBN+EC+EG+EASC+EAE+EAD)

Avec les notations suivantes :

H : hôtels, R : restauration, A : agences de voyages, GT : guides touristiques, P : activités de promenade, BN : bases nautiques, C : casino, G golf, ASC : activités de surveillance et de contrôle, CA : compagnies aériennes, AE : l'aéroport et AD : administrations.

Notre principale source d'informations est un questionnaire (annexe 3) qui a servi à collecter l'information sur les différents agrégats comptables (CA, VA, EBE) portant sur l'exercice de l'entreprise en 2005 et 2006 ainsi que le nombre d'emplois concernés. Cette base de données a été complétée par les informations disponibles sur les sites web tel Eurodile qui donne des informations comptables sur les entreprises européennes, auprès de la Bourse de Tunis et auprès des administrations qui sont liées au tourisme (Commissariat du tourisme de Djerba, Bureau des statistiques à l'ONTT). Pour ce qui est du secteur hôtelier, les données d'emplois et de capacité ont fait l'objet d'un complément d'enquête par téléphone auprès des structures d'accueil non renseignées.

En ce qui concerne la méthode de calcul des indicateurs, à l'exception des administrations, on considère que les entreprises travaillent exclusivement avec le tourisme, on retient donc la totalité de l'effectif, du CA, de la VA (cf. annexes 4) et de l'EBE. En ce qui concerne **les administrations**, on a retenu le budget annuel de fonctionnement et l'effectif, la notion d'EBE n'étant pas pertinente dans ce cas. La méthode d'évaluation de la valeur ajoutée est spécifique. En effet, on a déterminé la part de l'activité de l'administration ayant un lien avec le tourisme. En gardant à l'esprit que le budget d'une administration ne constitue qu'une proxy de ce que serait la valeur ajoutée créée par une activité commerciale concurrentielle qui offrirait le même service. L'absence de concurrence ne permet pas de dire a priori si le budget surestime ou sous-estime le potentiel de création de valeur. L'activité des compagnies

aériennes, bien qu'étudiée, n'a pas été retenue dans la suite de l'évaluation pour des raisons explicites plus loin.

a. L'hôtellerie

L'hôtellerie constitue la branche majeure du secteur touristique. Concernant l'emploi et la capacité d'accueil, les 118 structures d'accueil de la zone touristique ont été contactées pour l'enquête. Pour les hôtels n'ayant pas répondu à l'enquête, nous avons procédé par interview téléphonique et ensuite par extrapolation à partir d'une base exhaustive « lits-emplois », information ne présentant pas de caractère stratégique et donc moins sujette à des biais déclaratifs (tableau 103). Cette donnée « lits-emplois » sert pour l'extrapolation du nombre d'emplois, de la Valeur Ajoutée et de l'EBE hôteliers totaux dans la zone touristique.

Tableau 103. La répartition de l'emploi hôtelier à Djerba en 2005

Catégorie	Nombre	Capacité (lits)	%	Emploi	%
5*	10	4 724	12	2 279	16.5
4*	23	13 062	32	4 858	35.5
3*	42	15 594	38	5 516	40
2*+1*	14	1 662+ 426	5	432	3
(PF+AH+VV) + NC	29	4 813+ 458	13	651	5
Total	118	40 739	100%	13 736	100%

Source : Réalisation personnelle.

Il en ressort que le secteur des 4* et 5* représente 44% de la capacité, le secteur 3* regroupe 38% des lits et le secteur des 1* et 2* correspond à moins de 5%. Le solde se retrouve dans le concept « villages de vacances » en différentes variantes (13%). La répartition est légèrement différente en termes d'emplois, 52% pour les 4 et 5* et 40% pour les 3* reflétant le fait que le ratio emploi/lits est légèrement plus élevé dans les hôtels de haut gamme.

La plupart de ces emplois sont saisonniers et instables. Pour un même hôtel, dans l'année, les entrées et les sorties sont nombreuses. Tout d'abord parce que le personnel peut très vite être limogé vu la demande sur le marché de l'emploi et ensuite parce que le personnel fluctue aussi de son plein gré. Il cherche toujours les emplois les mieux payés. Cet aspect là concerne le personnel qui a déjà une certaine qualification. La plupart suit la grille des salaires fixée par les conventions collectives (Cf. Annexe 14). Certains, en particulier le personnel de maîtrise et de direction, ont des salaires négociés. Le salaire minimum est de 250 DT par mois (147 €) en 2005 alors que le salaire moyen se situe entre 300 et 500 DT. Souvent les salaires négociés

sont trois ou quatre fois plus élevés que le salaire conventionnel correspondant (par exemple le directeur général d'un hôtel 4* gagne 3 000 DT par mois, son salaire négocié étant 7.5 fois plus important que le salaire conventionnel d'un directeur général qui est de 440 DT). C'est entre autre ces salaires négociés qui créent la très grande mobilité de la main d'œuvre car les hôteliers se disputent ce type de personnel en proposant toujours des salaires et des situations plus enviables.

Le secteur hôtelier génère un chiffre d'affaires total de 371 millions, calculé sur la base d'une dépense moyenne de 53,4 DT par nuitée pour 6.947.000 nuitées en 2005 (ONTT, 2008. Cf. Annexe 11). Sur la base des taux moyens pour la Tunisie, soit un coût moyen de 15 DT/nuitée toutes catégories et régions confondues, on estime les dépenses de salaires à 104 millions DT. L'excédent brut d'exploitation est estimé dans ce même rapport à 19% du CA, soit 70,5 millions. Le taux des prélèvements fiscaux est de 2% du CA pour les taxes locales et 0,4% pour la fiscalité nationale soit approximativement 9 millions DT. Ceci conduit à une valeur ajoutée estimée de 183,5 millions DT, approximée par la somme des dépenses de salaires, EBE et impôts (Blanc et Glorieux, 1997). Les consommations intermédiaires («charges directes d'exploitation» dans le rapport de l'ONTT) sont donc estimées par différence CA-VA à 187,5 millions DT soit 50,5% du CA. Ceci est très représentatif d'une industrie hôtelière de masse qui fournit de nombreux services (restauration, excursions,...) donnant lieu à un volume important de consommations intermédiaires qui alimentent les effets d'entraînement indirects et mécaniquement les effets induits. Le taux de Valeur Ajoutée calculé ici, légèrement inférieur à 50%, est significativement différent de celui de la comptabilité nationale qui indique 61% pour le secteur «hôtellerie et restauration» en 2005. Ceci confirme l'intérêt d'un travail de terrain dans le territoire, une application directe des valeurs de la comptabilité nationale pouvant induire des biais importants. On peut émettre l'hypothèse que le taux de valeur ajoutée de l'hôtellerie à Djerba est significativement inférieur à la moyenne nationale du fait de la part importante du tourisme de masse dans des infrastructures fournissant l'ensemble des services aux touristes et donc amené à un niveau de consommations intermédiaires supérieur à la moyenne.

b. La restauration

La restauration hors des établissements hôteliers n'est que faiblement représentée du fait que la plupart des hôtels proposent des forfaits tout compris en pension complète ou demi-pension, laissant peu de place aux offres externes. Cette activité reste familiale dans son style

d'exploitation et contribue à l'économie de la zone touristique pour moins d'un centième de la part de l'hôtellerie tant en emplois (116 emplois en 2005) que de valeur ajoutée.

c. Les agences de voyages

Les agences de voyages sont situées à Houmt-Souk (35 agences) et à Midoun (6 agences). Elles sont soit de catégorie A (licence A comprend 5 à 15 personnes), soit B (comprend 3 à 5 personnes). Ce secteur représente 136 emplois et, à l'exception de quelques grandes agences, la plupart des unités restent artisanales dans leurs moyens avec des problèmes récurrents de personnel et de logistique. La plupart opèrent avec leurs propres moyens de transport. Face à un tourisme de masse qui caractérise les flux, ce secteur souffre dans l'ensemble d'un décalage structurel et appelle une plus grande concentration et une amélioration de ses normes professionnelles pour traiter un marché par essence international.

d. Les guides touristiques, activités de promenade et infrastructures de loisirs

Il existe deux types de rémunération des guides touristiques : les «extra » qui ont une rémunération journalière et représentent 35% de l'effectif et les « permanents » avec une rémunération mensuelle qui représentent 65% de l'effectif. Cette activité emploie 99 personnes à temps plein.

Nous remarquons aussi que d'autres activités touristiques existent qui ne font pas appel aux guides telles que les promenades en mer ou en ville. Pour la promenade dans la zone touristique il y a deux modalités, soit en calèche (deux calèches par hôtel, les permis sont fournis par les mairies de Midoun ou de Houmt Souk, selon notre entretien), ou bien à cheval (avec un tarif de 25 DT par personne). La promenade en mer est une activité à haute valeur ajoutée, le tarif pour une personne étant de 50 DT pour quelques heures en mer. Il y a une forte demande de la part des touristes.

Il y a peu de grandes infrastructures de loisirs : 1 golf, 1 casino et 4 bases nautiques qui représentent 40 emplois.

e. Le transport aérien (compagnies aériennes et aéroport)

En ce qui concerne le transport aérien, nous avons mis l'accent sur les compagnies aériennes tunisiennes (Tunis-air, Carthago-Airlines et Nouvel Air) et l'Office de l'Aviation Civile et des Aéroports (OACA) qui gère l'aéroport de Djerba-Zarzis. Nous remarquons que ce secteur se place en deuxième position derrière l'hôtellerie en matière d'emploi, mais loin derrière, avec 900 emplois, soit 15 fois moins que l'hôtellerie. Les entretiens menés avec les compagnies aériennes ont révélé un chiffre de 127 millions de valeur ajoutée et 61 millions d'EBE qui seraient associés à la destination Djerba. De fait, l'essentiel du chiffre d'affaires réalisé sur Djerba donne lieu à une part d'activité très faible se traduisant par des consommations intermédiaires et de la redistribution de valeur ajoutée dans l'économie locale. Introduire dans notre évaluation ces chiffres, soit une VA équivalente à celle du secteur hôtelier, biaiserait fortement l'évaluation. Nous avons donc retenu l'hypothèse appliquée aux administrations mais réduite au budget correspond aux salaires des personnels des compagnies vivant à Djerba. Le secteur du transport aérien offre un niveau moyen de rémunération plus élevé que les autres secteurs du fait des qualifications requises. Selon les responsables de Tunis Air le salaire moyen est de 1000 DT, soit 600 € mensuels. Nous estimons donc à minima, la valeur ajoutée locale générée par les compagnies aériennes, à 650 fois 12 000 DT soit 6,63 millions de dinars qui s'ajoutent au budget de l'aéroport de 1,125 millions de DT.

Nous constatons par ailleurs que la présence de l'Etat est importante à travers la compagnie Tunis-air et l'OACA. En effet elle détient 51% de capital de Tunis-Air, gère l'aéroport et offre différents services aux compagnies tunisiennes ou étrangères. Selon les responsables de Tunis Air, le marché touristique Djerbien était partagé comme suit en 2005 : Tunis Air détenait 48% du marché alors que la part de Carthago et Nouvelair était de 52%. Aujourd'hui, après la fusion de Nouvelair et Carthago en 2008, il semble que la concurrence joue en faveur du secteur privé, au détriment du secteur étatique.

f. Les administrations

En ce qui concerne les administrations dédiées au tourisme, leur contribution en termes d'emplois est assez faible représentant 55 EPT. Cependant, leur prise en compte est indispensable car elles veillent au bon respect du cadre réglementaire qui régit l'organisation touristique.

Le tableau 104 présente la synthèse des résultats de l'évaluation.

Tableau 104. Emplois, VA et EBE pour les différents secteurs d'activité en milliers de dinars en 2005

Activités	Emploi	VA (1.000 DT)	EBE (1.000 DT)
Hôteliers	13 736	183 500	70 486
Restaurants	116	625	188
Agences de voyages	136	380	114
Guides touristiques	99	64	19
Activités de promenades	182	109	33
Bases nautiques	15	15	5
Casinos	15	821	156
Golf	10	700	210
Activités de surveillance et de contrôle	148	155	52
Compagnie aérienne *	650	6 630	/
Aéroport de Djerba	250	1 125	/
Administration **	55	2 004	/
Total	15 412	196 128	

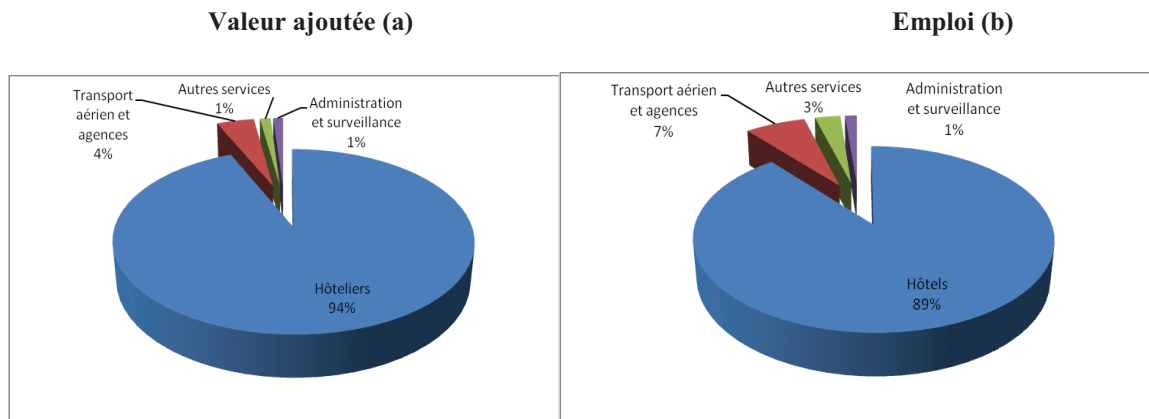
Source : Réalisation personnelle.

*Les compagnies aériennes : Tunis-air, Cartago, Nouvel air.

**Les administrations : Commissariat du tourisme, Ecole du tourisme, Agence Foncière du Tourisme (AFT), Patrimoine et Chambre d'industrie et d'artisanat

À partir des indicateurs calculés dans le tableau 104, on remarque que les activités directes comptabilisent 196 millions de dinars de VA, 40,8 millions de dinars d'EBE (non applicable au secteur public) et 15 412 emplois en 2005. Le principal secteur est, de loin, celui des hôtels qui représente 94% de la VA et 89% des emplois directs (fig. 52). L'EBE représente 38% de la valeur ajoutée pour l'hôtellerie et il est proche de 30% pour la plupart des autres activités pour lesquelles la notion d'EBE a un sens. Dans le cas présent, elle ne s'applique pas au secteur de l'administration de manière classique, mais pas non plus au transport aérien tel qu'il a été mesuré. Le seul autre secteur ayant une contribution locale significative est celui du transport aérien, compagnies et aéroport confondus. Ceci reflète bien l'importance du « tourisme de masse » qui se base essentiellement sur l'hébergement multi-services et le transport aérien.

Figure 51. VA et emploi dans le secteur touristique



Source : Réalisation personnelle.

1.3.2- Evaluation des effets d'entraînement indirects

Le secteur touristique exerce tout d'abord un effet d'entraînement dit « effet indirect » sur les autres secteurs de l'économie de l'île en tant que consommateur de leur offre de biens et services. Les secteurs concernés sont identifiés à partir de la composition des consommations intermédiaires déclarée lors de l'enquête auprès des hôtels. Il s'agit notamment des secteurs suivants : énergie et eau, fournisseurs de produits alimentaires et autres services marchands. Le tableau 105 est une synthèse des résultats de l'enquête. La part énergie et eau représente 15% des consommations intermédiaires, les consommations en produits de l'agro-alimentaires 64% dont un cinquième pour les seuls produits frais et les autres services 21% dont près d'un tiers pour les transports et télécommunications. Ces chiffres sont typiques d'un tourisme de masse dont les consommations intermédiaires principales sont les produits agroalimentaires et énergétiques.

Tableau 105. Répartition des consommations intermédiaires des hôtels en fonction de leur catégorie (2005)

Postes de CI	5*	4*	3*	2*	1* et autres	Moyenne ¹
Produits alimentaires	67%	60%	62%	63%	82%	64%
dont produits non transformés ²	21%	7%	6%	9%	41%	13%
Energie et eau	13%	18%	17%	12%	2%	15%
Autres services marchands	20%	22%	21%	25%	16%	21%
dont transport et télécommunication	6%	8%	8%	8%	2%	7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Source : Elaboration personnelle (Enquête).

¹ Moyenne pondérée en fonction du poids relatif des catégories d'hôtel mesuré par la part dans le nombre total de lits.

² Produits frais de l'agriculture et la pêche.

Les fournisseurs installés sur Djerba représentent 156 entreprises de taille très variable, allant de quelques employés à plusieurs centaines. Cette liste a été établie dans le cadre de l'enquête auprès des hôtels. Nous avons recherché par enquête (questionnaire enquête fournisseurs en annexe 5) et par interrogation de bases de données des informations sur la part de l'activité liée au secteur du tourisme en termes de Chiffre d'Affaires, Valeur Ajoutée, d'Excédent Brut d'Exploitation et d'emploi pour l'année 2005. Sur 83 entreprises approchées, la plupart ont refusé de déclarer leur Chiffre d'Affaires et pour nombre d'entre elles nous n'avons pu obtenir une information sur la Valeur Ajoutée. Nous avons donc retenu un échantillon de 20 entreprises pour lesquelles les valeurs en termes de VA, EBE et Emploi nous ont semblé les plus fiables, en ignorant la variable Chiffre d'Affaires. De façon à estimer les effets indirects liés aux consommations intermédiaires, nous reconstruisons un « CA touristique » théorique par application inverse du taux de Valeur Ajoutée de ces grands secteurs tel que constaté dans la comptabilité nationale (INS, 2008). Ce facteur multiplicatif est de 1,3 pour les produits de l'agro-alimentaire, produits frais et produits transformés (Taux de VA = 0,77), et de 1,23 pour les autres services marchands (Taux de VA = 0,81). En cohérence avec l'hypothèse retenue ci-dessus, le chiffre d'affaires est considéré comme égal à la valeur ajoutée pour les secteurs eau et électricité. L'échantillon nous donne un estimateur du nombre d'emploi pour 1.000 DT de CA touristique théorique.

Tableau 106. Indicateurs de la part de l'activité liée au tourisme pour 21 entreprises fournisseurs (2005)

Secteur	VA touristique	CA touristique estimé	Emploi	Emplois pour 10.000 DT
Distributeurs-alimentation				
Alimentation générale	50 000	65 000	6	0,92
Alimentation générale	624 000	811 200	49	0,60
Alimentation générale	320 000	416 000	2	0,05
Alimentation général	62 400	81 120	5	0,62
Produits laitiers	1 900 000	2 470 000	43	0,17
Conserves	3 800 000	4 940 000	310	0,63
Viande	1 003 000	1 303 900	35	0,27
Volailles et charcuterie	1 000 000	1 300 000	7	0,05
Volailles et charcuterie	2 800 000	3 640 000	50	0,14
Boissons	4 000 000	5 200 000	23	0,04
Fruits et légumes	1 500 000	1 950 000	20	0,10
Poissonnier	39 000	50 700	6	1,18
Marché central de Houmt Souk	42 000	54 600	10	1,83
Huiles	320 000	416 000	30	0,72
Boulangerie	360 000	468 000	16	0,34
Totaux agro-alimentaire	17 820 400	23 166 520	612	0,26
Eau /Electricité (public)	7 608 262	7 608 262	165	0,22
Autres services				
Transport	212 953	261 932	16	0,61
Nettoyage	342 532	421 314	50	1,19
Surveillance	684 074	841 411	100	1,19
Réparation des piscines	260 000	319 800	9	0,28
Totaux autres services	1 499 559	1 844 458	175	0,95

Source : Enquête et élaboration personnelle.

Les principaux secteurs fournisseurs sont décrits ici.

a. Les produits agroalimentaires

L'hôtellerie est un grand consommateur de produits agro-alimentaires, en particulier les catégories les plus élevées qui offrent un service complet en matière d'hébergement. Ils représentent 64% des consommations intermédiaires des hôtels, soit un CA touristique de 120 millions de dinars dans le domaine de la fourniture de produits alimentaires. Avec un taux d'emploi moyen de 0,26 emploi pour 10 000 DT de CA, l'hôtellerie génère dans ce secteur 3 120 emplois.

Nous avons constaté que l'alimentation générale est l'activité dominante. Ceci justifie que le commerce de produits agroalimentaires soit l'activité principale des djerbiens. En effet, le développement de cette activité par le tourisme a permis à Djerba d'avoir une trentaine de grossistes qui approvisionnent les hôtels de produits agroalimentaires, en plus des entreprises conventionnées qui sont installées hors de l'île. Nous remarquons aussi l'installation d'un nouveau pôle commercial « Promogro » à Houmt-Souk, concurrent direct des commerçants djerbiens. Les principaux produits sont les conserves (tomates, poissons, confitures...).

Par ailleurs, les djerbiens ont bénéficié du tourisme pour approvisionner les hôtels et les restaurants avec des produits frais issus de l'agriculture et de la pêche. Au niveau des produits agricoles, nous pouvons citer l'huile d'olive, les raisins, les figues, les grenades, les pommes et les œufs. Au niveau de l'élevage, il s'agit notamment de viande de mouton, de bœuf et de chèvre, du lait de vache, du lait de chèvre. Les djerbiens sont aussi des pêcheurs, surtout dans les délégations d'Ajim et de Midoun. Il s'agit d'une pêche côtière et au feu. Les fournisseurs dans ce domaine sont principalement des petits commerces, des demi-grossistes et le marché.

L'échantillon des fournisseurs dans le domaine de l'agro-alimentaire est représentatif de la diversité de ce secteur à la fois de par la taille des entreprises et de par les ratios d'emploi. On voit dans l'échantillon que des entreprises ayant une activité proche peuvent avoir une structure d'emploi très variable. Ainsi en alimentation générale une entreprise emploie 2 personnes pour un CA estimé à 416.000 DT alors qu'une autre pour un CA double emploie 49 personnes. Il en va de même pour les plus grosses entreprises, qui sont dans la viande ou les produits industriels (laitiers ou conserves) où les taux d'emploi observés vont de 0,05 à 0,63 emploi pour 10 000 DT. Le nombre d'emplois moyens par tranche de 10.000 DT de chiffres d'affaires n'est donc pas statistiquement représentatif du fait de cette diversité et de la taille limitée de l'échantillon (moyenne de 0,26 emplois pour 10.000DT, écart-type de 0,50 soit un coefficient de variation de 0,5). Ceci constitue une limite des estimations effectuées dans

notre travail et un enseignement important pour tout travail d'évaluation futur. Une approche plus segmentée des fournisseurs en produits alimentaires permettrait d'affiner notre estimation.

b. Energie et eau

La fourniture d'eau et d'énergie représente 15% des consommations intermédiaires, soit un volume total de 28 millions DT. Deux établissements étatiques fournissent l'eau (SONEDE) et l'électricité/gaz (la STEG). Ils déclarent un volume de vente de 7 millions de DT à destination du secteur hôtelier et 165 emplois. Le solde est donc une fourniture d'énergie par le secteur privé, on suppose qu'il s'agit essentiellement de fuel. Ces fournisseurs n'ayant pas fait l'objet d'une enquête spécifique, on applique le ratio d'emploi calculé pour les fournisseurs publics d'énergie soit 0,22 pour 10 000 DT. On obtient un nombre total d'emplois indirects liés à la fourniture d'énergie et d'eau estimés à 616 emplois.

Il y a un mécontentement au niveau des hôteliers sur les tarifs de l'eau et de l'énergie en général (électricité, gaz et fuel). Ils estiment que les fournisseurs privés et publics profitent de la situation d'une demande forte du fait du tourisme de masse. Pour faire face à ces charges, plusieurs hôteliers ont appliqué une politique d'économie d'énergie et de l'eau dans le cadre du développement durable. En ce qui concerne l'eau, ce sont les hôteliers eux-mêmes qui font le dessalement de l'eau de mer. Une telle opération est amortie sur 7 ans. S'agissant de l'énergie, plusieurs hôteliers utilisent l'énergie solaire pour minimiser les coûts.

c. Autres services

Les autres services représentent un volume d'activité généré par l'hôtellerie de 21% de leurs consommations intermédiaires, soit 39 millions DT. On ajoute à ce chiffre les consommations intermédiaires des autres activités directes de la base dans la mesure où elles attirent un revenu touristique complémentaire de celui de l'hôtellerie. Le CA total pris en compte pour les autres services est donc de 42,5 millions DT. Ces services ont un taux d'emploi très supérieur à celui du commerce agro-alimentaire. Le taux observé sur un échantillon de 4 entreprises de taille significative est de 0,95 emplois pour 10 000 DT de chiffre d'affaires. En appliquant ce taux au CA total de cette composante, nous estimons les emplois indirects des autres services à 4 038 emplois. Les quelques entreprises retenues suite à notre enquête illustrent bien la diversité de ce secteur. Le nettoyage et la surveillance sont des activités intensives en travail, avec des emplois dans les niveaux de rémunération les plus

faibles, alors que les travaux d'entretien et réparation sont moins intensifs en travail pour une main d'œuvre plus qualifiée. Les activités de transport se situent entre les deux. La aussi, ces estimations doivent être prises avec précautions étant donné la faiblesse statistique de l'échantillon.

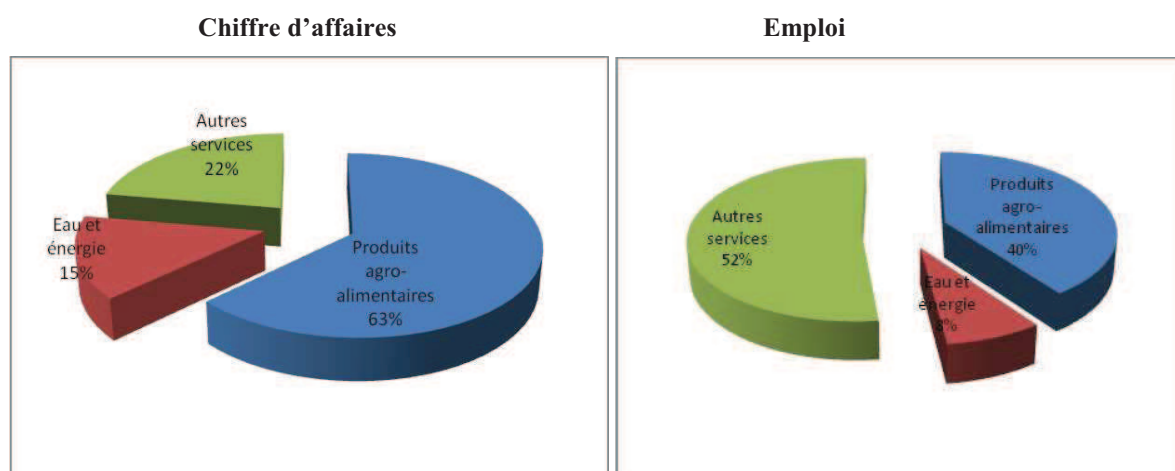
Le tableau 107 et la figure 52 sont une synthèse des effets indirects calculés à partir de la répartition des consommations intermédiaires (CI) de l'hôtellerie de Djerba mesurés en termes de chiffre d'affaires et d'emploi pour trois grands secteurs : la fourniture de produits agro-alimentaires, eau/énergie et les autres services. Les 190,5 millions de consommations intermédiaires liées aux dépenses touristiques directe (187 pour l'hôtellerie et 3,5 pour les autres services) vont pour deux tiers à la fourniture de produits alimentaires mais ce secteur ne représente que 40% des emplois indirects générés.

Tableau 107. Mesure en CA et emploi des effets indirects liés au CI de l'hôtellerie à Djerba (2005)

Fournisseurs	Chiffre d'affaires (millions DT)	Emploi
Produits agro-alimentaires	120	3 120
Eau et énergie	28	616
Autres services	42,5	4 038
Totaux	190,5	7 774

Source : Elaboration personnelle

Figure 52. Répartition des effets indirects de l'hôtellerie à Djerba (2005)



1.3.3- Evaluation des effets induits

L'activité hôtelière et celle de ses fournisseurs appartiennent à ce qu'il est convenu d'appeler en économie la base. Dans le cas présent, cette base est à l'origine d'un revenu résultant de l'exportation du potentiel naturel que constitue l'environnement djerbien, facteur d'attractivité du territoire. La spécificité de l'activité touristique est que le consommateur se déplace en venant sur le territoire pour consommer le service offert. On est donc dans le domaine de l'attractivité étudiée par Davezies (2008) plus que dans celui de l'exportation de biens envisagée par les premiers travaux de la théorie de la base.

Les effets induits se mesurent traditionnellement en termes d'emploi à partir d'un coefficient d'induction. Le schéma général de la démarche est décrit par Boncoeur (1995) dans le cadre d'un travail visant à estimer le coefficient d'induction des activités maritimes dans la zone d'emploi de Brest. Dans notre cas d'étude, nous partons de la structure des emplois par grands secteurs pour l'île de Djerba établie par l'Institut National de la Statistique pour l'année 2004 (INS, 2005).

Tableau 108. Structure de l'emploi à Djerba en 2004

a- Emplois de base

	Agric, Forêt et pêche	industries manufact	Mine et Energie	Autres services	Secteur non déclaré	Commerce	Transport et com.	Total base
Djerba Houmet Souk	766	2 650	138	6 622	130	3 438		16 378
Djerba Midoun	564	752	59	7 464	137	1 468	713	11 157
Djerba Ajim	481	912	28	869	88	949	382	3 709
Total Djerba	1 811	4 314	225	14 955	355	5 855		31 244

b- Emplois hors base

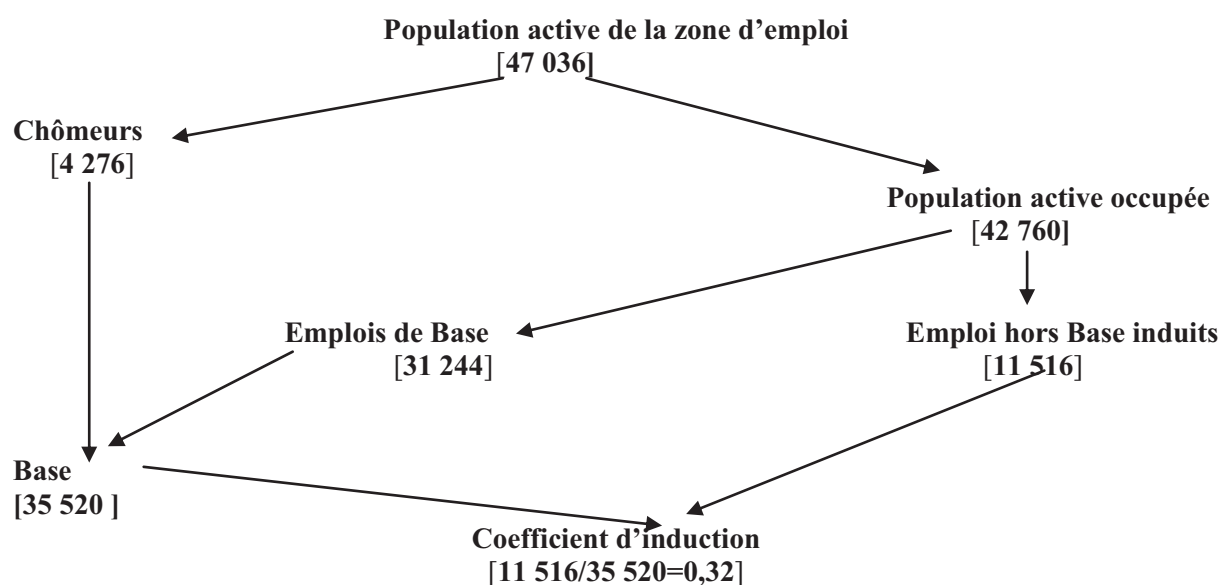
	Administration et éducation	Construction et travaux publics	Total Hors Base
Djerba Houmet Souk	2 923	2 588	5 511
Djerba Midoun	1 487	2 583	4 070
Djerba Ajim	591	1 344	1 935
Total Djerba	5 001	6 515	11 516

Source : INS, 2005.

Il ressort du tableau 108 que l'économie de Djerba n'est pas uniquement dépendante du tourisme. Ainsi, l'agriculture, la pêche et le secteur minier représentent 2 036 emplois en 2004 et l'industrie manufacturière 4 314 emplois. Dans la catégorie « autres services » de l'INS, on trouve l'hôtellerie qui avec plus de 13 700 emplois compte pour 92%. Les secteurs pour lesquels nous avons mesurés les effets directs hors hôtels et les effets indirects se retrouvent dans le solde de « autres services » et dans les catégories commerces, transport et communications et services non déclarés qui fournissent près de 10.000 emplois. Nous avons pour notre part estimé à 1 676 les emplois directs hors hôtels qui se répartissent entre « commerces » et « autres services » et à 7 440 les emplois indirects liés aux consommations intermédiaires de l'hôtellerie qui sont pour l'essentiel des « commerces ». Sur les 10 000 emplois en question, le tourisme compte donc, directement et indirectement pour 80 à 90% de ces emplois. Ceci correspond à l'image que l'on peut avoir du poids des effets indirects d'une activité comme le tourisme par rapport à ceux des activités primaires ou manufacturières génératrices d'emplois directs mais de peu de consommations intermédiaires locales. Selon l'INS, il y avait 4 276 chômeurs à Djerba qui doivent être intégrés dans les emplois de base.

Face à un total de 35 520 emplois de base, on décompte 11 516 emplois hors base répartis entre le secteur « administration et éducation » (5 001 emplois) et le secteur « construction et travaux publics » (6 515 emplois). Le coefficient d'induction est donc de 0,32 emplois induits pour un emploi de base. Ces chiffres sont synthétisés dans la figure 53.

Figure 53. Structure de l'emploi à Djerba



Source : Elaboration propre

Pour ce qui est du tourisme, les emplois de base directs ont été estimés à 15 412 et les emplois indirects à 7 440 soit un total de 22 852 emplois autrement dit 73% de la base hors chômeurs. En appliquant le taux d'induction, on estime les emplois induits par la base liée au tourisme à 7 312.

1.3.4- Synthèse et discussion

Les données recueillies par enquête et celles de la comptabilité nationale permettent d'établir une vue d'ensemble de la place du tourisme dans l'économie de Djerba. L'hypothèse de base de ce travail est que le tourisme est source de revenus par exportation de services, au sens de la théorie de la base, et ceux-ci sont mesurés au niveau de la zone d'emploi, dite « zone touristique », qui concentre l'activité touristique. Le tableau 109 donne une synthèse de l'ensemble des évaluations effectuées ci-dessus. Pour ce qui est des revenus directement générés par le tourisme, ils s'élèvent à 397,2 M DT dont un peu plus de la moitié sont à l'origine d'effets économiques indirects par les consommations intermédiaires.

Caractéristique du tourisme de masse, l'hôtellerie contrôle près de 96% du chiffre d'affaires et 89% des emplois générés de manière directe par le tourisme (387,2 M DT et 15 412 emplois). Les autres activités sont des infrastructures de loisir, l'aéroport et l'administration du tourisme. Mesuré à minima par les consommations intermédiaires de l'hôtellerie et des autres activités directes, le chiffre d'affaire des activités économiques dites indirectes est de 191 M DT pour une valeur ajoutée de 149 M en appliquant les taux de valeur ajoutée de la comptabilité nationale à une structure en trois secteurs de ces consommations intermédiaires. Les informations d'enquête auprès des fournisseurs de l'hôtellerie donnent une estimation de l'emploi chez les fournisseurs de 7 820, soit la moitié des emplois générés de manière directe. La fourniture de produits agro-alimentaires par le commerce représente l'essentiel des consommations des hôtels, mais un taux d'emploi très différent entre le commerce et les autres services marchands fait que la majorité de ces emplois se retrouvent à l'extérieur du commerce de l'agro-alimentaire. Ces chiffres sont à prendre avec précautions, car comme on l'a vu les échantillons d'établissements fournisseurs sont de faible taille pour des situations très hétérogènes. Malgré cela, l'image générale est conforme à ce qui est observé au niveau de la comptabilité nationale en termes de part des salaires dans la production de ces deux secteurs (INS, 2008). Le recours à la structure globale de l'emploi à

Djerba permet d'estimer un coefficient d'induction en matière d'emploi de 0,32, soit 7 435 emplois induits. On a retenu comme activités hors base « construction et travaux publics » et « administration et éducation ». Le secteur transport et communication apparaissant comme un fournisseur de service aux secteurs productifs de biens et services il a été pris en compte dans les effets indirects. On retrouve un quart d'emplois induits dans le total de l'emploi associé au tourisme à Djerba estimé à 30 668.

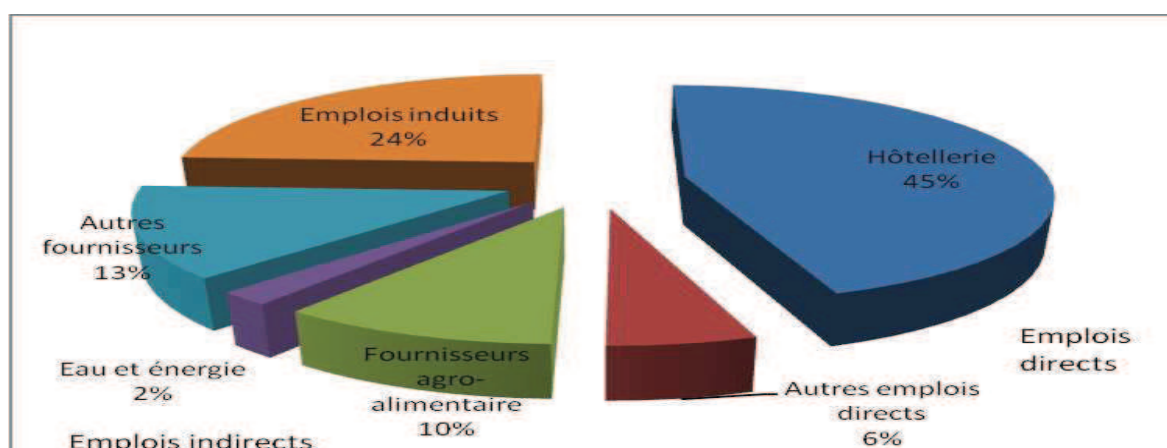
Tableau 109. Synthèse de la contribution du tourisme à l'économie de Djerba

		CA (millions DT)	VA (millions DT)	CI (millions DT)	Emploi
Base - directe	Hôtellerie	371,0	183,5	187,5	13 736
	Autres	16,2	12,7	3,5	1 676
Totaux		387,2	196,2	191,0	15 412
Base - indirecte	Commerces agro-alimentaire	120,0	92,3	27,7	3 120
	Eau et énergie	28,0	15,6	12,4	616
	Autres services	43,0	33,7	9,3	4 085
Totaux		191,0	141,6	49,4	7 821
Totaux base		578,2	337,8	240,4	23 233
Effets induits	Emplois hors base				7 435
	Emploi total				30 668

Source : Elaboration propre

Les chiffres du tableau 109 montrent clairement l'importance des effets indirects et induits de l'activité touristique, un emploi direct générant 0,5 emploi soit chez les fournisseurs soit hors base. La figure 54 donne une vision globale de la structure de l'emploi.

Figure 54. Structure de l'emploi associé au tourisme à Djerba



Une autre question d'intérêt est celle de la manière dont les fournisseurs interrogés ont interprété la question « quelle est la part de votre valeur ajoutée liée au tourisme ». Ont-ils réfléchi en termes d'achat par les hôtels ou d'activité globalement dépendante du tourisme, y compris les achats des salariés de l'hôtellerie. Il y a à ce niveau une marge d'incertitude qui est commune à la plupart des travaux retenant une combinaison méthode des effets et méthode de la base. Concernant les dépenses des salariés, il faut aussi noter que le tourisme est un des rares secteurs de l'économie dans lequel les employés mènent parallèlement à leur activité principale, des petits trafics ou une autre activité. Il s'agit là d'une caractéristique commune aux économies traditionnelles que celle de combiner un emploi permanent avec une activité commerciale pour améliorer les niveaux de vie et comme vecteur de sécurité face au risque de chômage.

À cette étape il est intéressant de comparer nos résultats avec ceux de deux autres travaux de référence. Il s'agit d'une étude de la Banque Mondiale portant sur l'année 1989 (Banque Mondiale, 1990) et de l'étude de la JICA portant sur l'année 2000 (JICA, 2001). Ainsi la Banque Mondiale a estimé que la construction d'un lit générait en 1989 la création d'un 0.25 emploi direct dans l'hôtellerie. L'utilisation en 2005 de ce ratio conduit à sous évaluer le nombre d'emploi, car, ainsi que nous l'avons montré un lit crée 0.38 emploi (40 739 lits et 15 412 emplois directs). Ce résultat est plus conforme à une étude canadienne (English, 1996) portant sur un échantillon de pays du sud et qui conclut déjà en 1996 que chaque lit d'hôtel peut générer de 0.34 à 0.98 emplois directs.

Nous remarquons aussi que les multiplicateurs d'emplois estimés par la Banque Mondiale et JICA pour calculer l'emploi indirect et induit sont beaucoup plus élevés que ceux auxquels nous aboutissons. Le tableau 110 présente les chiffres des études Banque Mondiale et JICA ainsi que nos propres résultats. L'application des coefficients des deux études à notre propre estimation des emplois directs conduirait à un chiffre total de 108 390 avec les coefficients de la Banque Mondiale et de 90 222 avec les coefficients de JICA. Hors l'emploi total à Djerba, hors production primaires et industrielles avec leurs emplois induits associés, représentait 32 860 emplois en 2005 selon les statistiques d'emploi. Et dans le même temps l'évolution constante de l'importance du tourisme à Djerba est bien mise en évidence par le nombre d'emplois directs. Cette incohérence dans les échelles est liée à une approche macro-économique se situant à une échelle très éloignée du territoire. Elle conforte l'intérêt de la méthode que nous avons retenue. Ces chiffres indiquent par ailleurs que notre calcul prend probablement en compte des emplois indirects générés par les consommations de l'hôtellerie qui se situent pour une part hors de Djerba, en particulier dans la ville côtière de Zarzis reliée

à Djerba par une chaussée romaine. En effet nous avons associé au tourisme 30 668 emplois alors que les statistiques démographiques donnent un chiffre total de 32 860 pour les activités hors productions primaires et activités industrielles.

Tableau 110. Comparaison entre les différentes méthodes d'évaluation de l'emploi

	1989 (Banque Mondiale)	Coef. Multiplicateur	2000 (JICA)	Coef. Multiplicateur	2005	Coef. Multiplicateur
Emploi direct	5 182	1	12 740	1	15 412	1
Emploi indirect	18 137	3,50	44 590	3,50	7 821	0,51
Emploi induit	13 125	2,53	17 250	1,35	7 435	0,48
Emploi total	36 444		74 580		32 673	

Source : Banque Mondiale, 1990, p. 64 ; JICA 2001, Réalisation personnelle.

Un autre point qui attire l'attention est que le tourisme de masse crée une inégalité entre les trois villes de Djerba. En effet, la zone touristique est située entre Houmt-Souk et Midoun, principales bénéficiaires en termes de création d'emplois (87% du nombre d'actifs, cf tableau 108), de niveau de vie de la population et de développement de l'infrastructure. Il convient de noter que ces deux mairies récupèrent par la fiscalité locale 2% du chiffre d'affaires des hôteliers.

On peut tirer plusieurs autres enseignements de cette évaluation. Notre travail était axé sur l'aspect quantitatif : obtenir le maximum des sources chiffrées pour Djerba. Les sources statistiques sont limitées. En effet, les données collectées restent générales et incorporent un degré substantiel d'aléas, obligeant à une interprétation prudente des résultats. Il s'agit donc, d'une estimation par défaut, toutes les entreprises travaillant au tourisme n'ayant pu être repérées. En effet, il existe plusieurs entreprises qui sont des établissements secondaires (leurs locaux sont en dehors de Djerba ou bien elles ont plusieurs activités dans les différentes zones touristiques). Dans ce cas, ce sont les dirigeants des entreprises qui ont estimé le pourcentage de leur activité liée au tourisme. Cette subjectivité peut limiter la fiabilité des résultats. L'utilisation de plusieurs sources d'information (questionnaires, rapport de la Banque Mondiale et l'Institut National de la Statistique) nous a aussi permis de constater parfois des incohérences au niveau du bilan des entreprises. Pour ce qui est des administrations leur budget de fonctionnement ne permet pas de déterminer leur valeur ajoutée, donc nous avons

dû prendre arbitrairement comme base les salaires. Idem pour le bowling et le transport aérien, pour lesquelles on a obtenu des informations sur l'emploi.

Cette absence de données chiffrées nuit aux pouvoirs publics djerbiens qui éprouvent des difficultés pour l'évaluation de leurs projets. On se contentera donc des approximations existantes qui donnent un ordre d'idée sur ces flux. Ces obstacles, malgré l'effort accompli pour réaliser cette étude « modèle » pour le développement de Djerba, nous demande de prendre du recul par rapport aux chiffres qui sont proposés. Au niveau du choix de la méthode de « masses », nous croyons qu'elle est la plus proche de la réalité du fait que les îles s'appuient sur une seule activité qui est le tourisme.

Les résultats de l'évaluation confirment le rôle joué par le tourisme sur les plans économique et social à Djerba. En effet, les performances du secteur ont permis de dépasser les caps difficiles, qu'ont connus, à certains moments, les autres activités et notamment l'agriculture et la pêche. Par effet d'entraînement le tourisme a permis de dégager des possibilités d'investissements dans d'autres secteurs eux-mêmes générateurs d'emplois et de bien-être social.

Néanmoins, la faiblesse du secteur apparaît dans l'analyse de la structure des coûts d'un hôtel. En effet, les charges salariales représentent en moyenne 37% des coûts (Cf. tableau 111). C'est sur la rubrique « frais du personnel » que tous les hôteliers agissent pour abaisser leur niveau de charges fixes. L'emploi du personnel saisonnier et peu qualifié est donc de règle dans le secteur hôtelier. Ce qui n'est pas sans générer de graves carences dans la qualité du service de ces établissements. Ceci représente un handicap pour les hôteliers qui n'arrivent pas à maîtriser leurs coûts et sont de ce fait, pour la plupart endettés.

Tableau 111. La part des salaires dans les charges des hôtels

Catégorie d'hôtel	5*	4*	3*	2*	1* et autres	Moyenne
Salaires	25%	40.91 %	40%	40%	39%	36.90 %

Source : Elaboration personnelle (enquête).

Notre objectif a été de calculer des indicateurs économiques (CA, VA, EBE, Emploi) utiles pour la mise en place d'un système du type « tableau de bord des indicateurs d'impact économique » qui puisse être constitué au fur et à mesure de l'avancée de la collecte de données, dans notre cas le tourisme. La méthode, ajustée en fonction des enseignements que

l'on en a tiré, a vocation à servir un suivi régulier de l'activité. L'évaluation de l'impact économique du secteur touristique sur le territoire permet d'améliorer l'intégration des projets au tissu local et de fait est susceptible d'accroître son pouvoir d'influence. Ces évaluations des retombées économiques peuvent ainsi être très utiles en tant qu'outil de gestion territoriale. Dans ce cadre d'évaluation, il serait souhaitable de favoriser une démarche participative, et faire en sorte que tous les acteurs du territoire puissent exprimer leur point de vue, en particulier leurs attentes vis-à-vis des retombées d'un projet ou d'une structure en place. Outre le fait de contribuer à l'élaboration d'un développement économique local harmonieux un tel engagement permettrait de garantir une meilleure fiabilité des informations déclaratives.

Ces travaux peuvent aussi être utiles dans le cadre d'un autre exercice, que sont l'évaluation des retombées économiques potentielles de grands équipements gérés par les collectivités publiques. De tels équipements, absents aujourd'hui à Djerba, pourraient ainsi participer à la modernisation d'un appareil public souhaitant devenir plus performant dans ses modes de gestion en répondant mieux à la demande touristique. L'exemple du Futuroscope de Poitiers démontre combien il est important de dénombrer un maximum d'interactions possibles, car elles peuvent ne pas être celles qui furent imaginées en amont. Une fois cette étape franchie, il faut alors ensuite savoir accompagner chacune de ces évolutions par le biais d'une stratégie réactive et flexible.

Bien que les études d'évaluation des retombées économiques soient extrêmement utiles, il convient de reconnaître qu'elles ne peuvent être que l'un des instruments de la décision ou de la gestion. Elles peuvent être pondérées par d'autres approches telles que les analyses coûts/avantages. Il ne s'agit pas là de quantifier, mais de faire le rapport intérêts-contraintes afin de faciliter la décision politique.

Il faut aussi reconnaître et accepter le fait que l'évaluation est un outil imparfait qui ne permet de saisir qu'une partie de la réalité, et qui donc a des limites. Elle est « un éclairage sur des problèmes, mais ne constitue pas une finalité ». L'évaluation des retombées économiques est un outil d'aide à la décision et en aucun cas elle ne peut se substituer à la prise de décision. Sa nature doit la conduire à l'action. L'évaluation est au final une composante importante de la démarche qualité : elle mesure les effets réels du projet, mais « *permet aussi de mieux comprendre, pour mieux agir* » (Kromm, 2007, p. 71).

Section 2. Tourisme et environnement à Djerba

De par son importance et ses caractéristiques, le tourisme de masse a souvent un impact négatif important sur l'environnement. Selon Alaoui (1986) : « *Le tourisme de masse a des coûts spatiaux. Il a non seulement entraîné la dégradation du milieu humain, mais il a aussi déstructuré, abîmé pour ne pas dire mutilé le paysage naturel de la zone côtière. Le littoral est colonisé* ». L'essentiel de cet impact négatif est lié à la consommation excessive des espaces littoraux et des ressources naturelles. En ce qui concerne la consommation des espaces littoraux, il s'agit tant de l'exploitation du Domaine Public Maritime (DPM) qui a été soumis à diverses pressions, que du domaine terrestre, public et privé, proche du rivage. Le secteur hôtelier est en particulier une activité qui revendique une aliénation du DPM pour un usage privé. L'aménagement de ces espaces a été réalisé d'une manière non réfléchie, sans stratégie ni planification. On a ainsi négligé les considérations liées à l'élévation du niveau de la mer, à la pollution du littoral et à l'exclusion des populations locales. En ce qui concerne la consommation excessive des ressources naturelles, il s'agit notamment de l'eau et de l'énergie. L'hôtellerie est un secteur "énergétivore" et grand consommateur d'eau.

La résolution de ces problèmes correspond à la problématique de la gestion des biens communs et à l'internalisation d'effets externes (Briquet, 2009), ce qui justifie l'intervention de l'Etat. Pour parvenir à appliquer dans les faits les principes du tourisme durable à Djerba, la gestion des espaces, des ressources naturelles, des paysages ainsi que la protection des habitats constituent autant d'enjeux patrimoniaux forts. C'est à la fois un capital naturel dont dépend l'activité touristique et une responsabilité à l'égard des générations futures. Elles représentent donc un enjeu considérable du point de vue économique à court, moyen et long terme. "Paysages et sites constituent un capital" pour le développement touristique, mais reflètent aussi l'identité des djerbiens. C'est pourquoi nous essayons dans cette section de faire un état des lieux de l'environnement à Djerba en vue d'appréhender globalement les mesures de protection des espaces et des ressources naturelles de cette île.

Cette section est divisée en deux parties, la première présente une analyse de l'état des lieux de l'environnement et les instruments réglementaires mis en place à Djerba. Dans une deuxième partie nous explorons la possibilité de mobiliser d'autres instruments pour l'objectif

d'un développement durable de l'activité touristique à Djerba. Il s'agit d'une comparaison entre les différentes mesures économiques et actions volontaires « génériques » proposées par l'Organisation Mondiale du Tourisme (2005) et celles mises en œuvre à Djerba.

2.1- Etat des lieux de l'environnement à Djerba

Le développement rapide du tourisme et sa forte concentration sur un espace littoral exigu et fragile à Djerba ont engendré des effets négatifs sur l'environnement. Nous pouvons citer quatre problématiques majeures liées aux effets négatifs du tourisme sur l'environnement : l'urbanisation, l'eau, la pollution et l'érosion. L'objet ici n'est pas d'en faire une présentation détaillée, mais simplement un rappel des problématiques clés.

2.1.1- L'urbanisation

Suite à l'installation du Club Méditerranée en 1954, le front de mer touristique a été progressivement bétonné sur 30 kilomètres. Depuis le centre urbain de Houmt-Souk jusqu'à Midoun, en arrière de la zone touristique, on note une forte urbanisation qui a été rapide et anarchique. Il faut noter que le terrain est souvent difficile d'accès et l'aspiration à la maison individuelle est particulièrement vive. Ce mode d'urbanisation dilapide un espace rare et accroît les déplacements et le coût des services publics. Les spéculations foncières et immobilières ont donné une valeur insoupçonnée à ces terrains à faible vocation agricole. L'expansion touristique et l'urbanisation ont privé l'agriculture traditionnelle de ses ressources fondamentales: la terre, l'eau. L'activité agricole dans l'île de Djerba a décliné. Le paysage rural qui faisait le charme et la beauté de l'île de Djerba est aujourd'hui dans un état avancé de délabrement (Bourgou, 2005). Avec une moyenne de 6,6 logements à l'hectare, on a maintenant de vastes espaces vides qui s'étalent sur les espaces agricoles et naturels à la périphérie des villes. Par exemple sur le territoire agricole de « Mahboubine » où la surface agricole utilisée en 2004 avoisinait 354 hectares, il n'y a plus que 226 hectares plantés. L'agriculture subsiste dans les interstices de la ville, notamment sous la forme des cultures maraîchères et fruitières, et les superficies perdues à la périphérie urbaine peuvent être compensées par la mise en culture de friches.

2.1.2- L'eau et l'énergie

Le problème de l'eau s'est aggravé. Dans cette île caractérisée par un climat méditerranéen semi-aride, avec des précipitations faibles et irrégulières (une moyenne de 200 mm/an), le développement rapide du secteur touristique a exercé de fortes pressions sur les ressources hydriques locales (Annexe 16). Le secteur touristique est réputé pour sa forte consommation en eau : 500 l/j pour un touriste contre 50 l/j pour un Tunisien (SONEDE, 2005). La consommation en eau de la zone touristique correspond à environ 70% de la consommation totale de l'île. De manière générale, un lit installé équivaut à une consommation de 300 litres par jour, un lit occupé à 574 litres par jour contre moins de 50 litres par habitant pour le reste du pays. De nombreuses raisons expliquent cette consommation de l'hôtellerie en eau, mais elle pourrait néanmoins être réduite si elle était mieux gérée. Quant à l'eau potable, elle a nécessité de gros efforts financiers de la part de la SONEDE. L'eau est captée dans l'Oued Zeuss près de Mareth et acheminée à Djerba par aqueduc. Au total les deux villes touristiques à Djerba (Midoun et Houmt-Souk) ont une consommation très élevée par rapport à Ajim. Elles «pompe» pour ainsi dire l'eau de la région comme l'illustre le tableau n°112.

Tableau 112. Consommation de l'Eau (en m³)

Délégation	Consommation de ménages	Consommation industrielle	Consommation touristique	Autres	Total
Ajim	715 360	2 964	-	47 305	765 629
Houmt-Souk	2 290 635	24 533	748 677	350 105	3 413 950
Midoun	1 785 709	12 780	3 753 680	232 934	5 785 103
Toute l'île	3 791 704	40 277	4 502 357	630 344	9 964 682

Source : SONEDE, 2004

Outre le problème de l'eau, la consommation d'énergie, et notamment d'électricité, augmente actuellement de 11 à 12% par an³⁹³. On en connaît les inconvénients : effet de serre, épuisement des ressources naturelles, factures élevées. La consommation d'énergie électrique est passée à plus de 600 000 kwh par an. L'hôtel "Dar Djerba" a besoin de 2 500 kwh aux heures de pointe, soit une consommation supérieure à celle de la ville de Médenine qui est le centre de gouvernorat. Actuellement plus de 72% de l'énergie électrique du gouvernorat est consommée par Djerba. Cette consommation est principalement utilisée par les hôtels comme le montre le tableau n°113.

³⁹³ Estimation selon les responsables de Djerba.

Tableau 113. Consommation de l'électricité (en kw/heure)

Consommation	Domestique	Agricole	Industrielle	Touristique	Autres	Total
Djerba	61 877	8 065	27 594	125 542	8 921	231 999
La totalité du gouvernorat de Médénine	120 085	20 643	85 581	15 4167	19 479	322 955
Part de Djerba /gouvernorat	51.50%	39%	32.24%	81.50%	45.80%	71.83%

Source : STEG, 2004

De nombreux efforts devraient être donc consentis dans un futur proche pour optimiser la gestion de l'énergie dans les secteurs qui en consomment le plus et notamment dans les établissements touristiques. Les économies d'énergie et le recours à des nouvelles sources d'énergie renouvelable apparaissent donc comme des impératifs en particulier dans le cadre de la mise en place de nouveaux projets de développement touristique.

2.1.3- La pollution

Si nous nous référons aux données démographiques de Djerba, nous constatons que l'île totalise environ 140 000 d'habitants en 2004, auxquels il faut ajouter annuellement plus d'un million de touristes et un flux important d'immigrés originaires du continent. Cette pression démographique, concentrée sur la côte, est un danger permanent dont les effets sur le milieu écologique sont fâcheux (Alaoui, 1986). Le tourisme est un acteur de la concentration urbaine. Laquelle concentration est une véritable usine à pollution en raison du rejet direct et sans traitement des eaux usées. Chaque année, Djerba comptabilise plus de 6 millions de journées de présence de touristes. Sur la base d'un mélange polluant de 5 kg par personne, il en résulte alors 60 millions de kg de déchets supplémentaires qui se déversent annuellement (en réalité en quelques mois) dans la mer. Un autre phénomène polluant est constitué par les ordures d'hôtels collectées par des bennes municipales et déversées dans des oueds³⁹⁴ ou talus non loin des zones touristiques. Dans les oueds, ces ordures attirent mouches et moustiques dont elles favorisent la prolifération. Quant elles sont entraînées vers la mer, elles provoquent la pollution des plages et sont le meilleur garant de leur contamination.

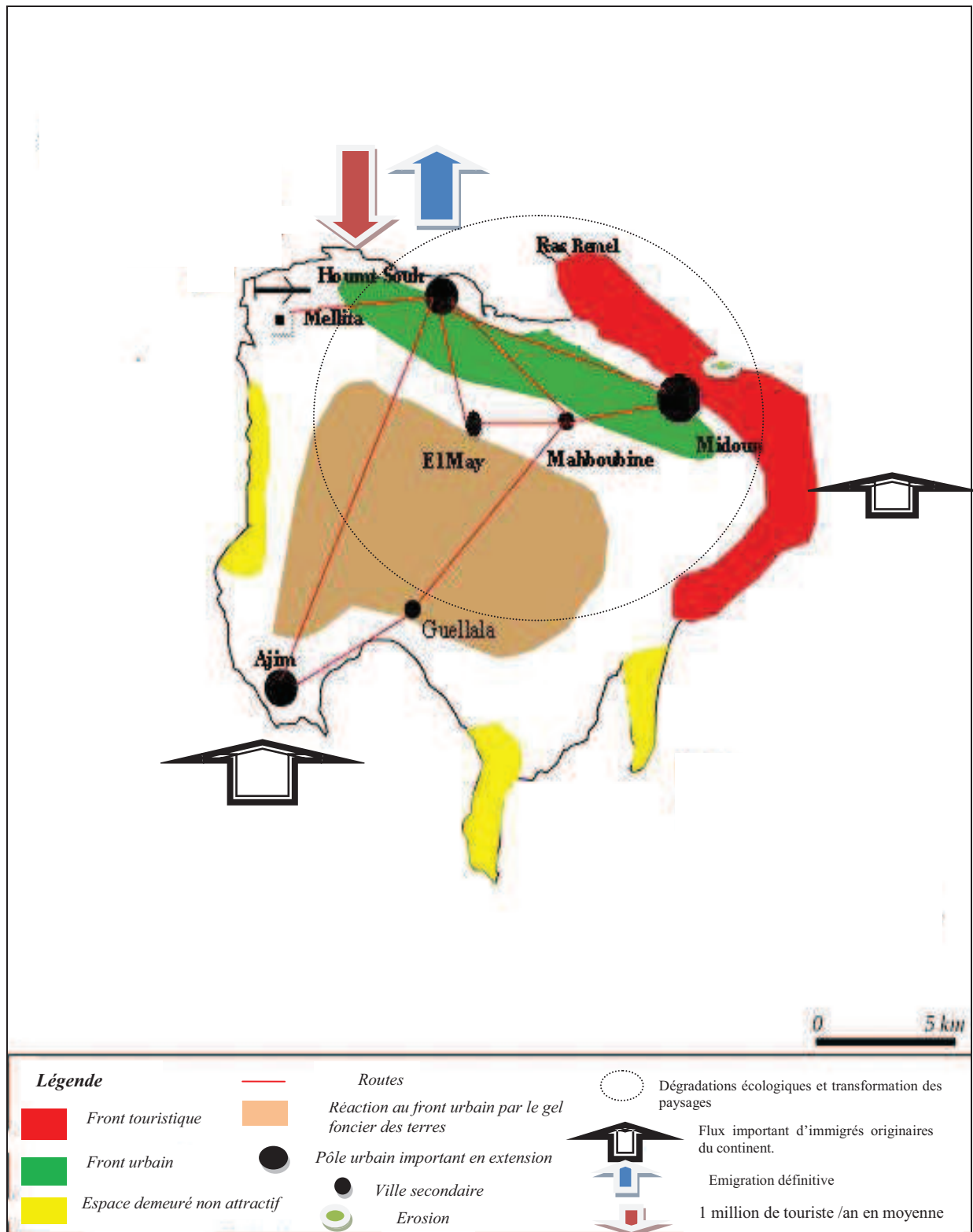
³⁹⁴ Un oued signifie « rivière » en arabe et désigne les cours d'eau d'Afrique du Nord et des régions semi-désertiques. Il s'agit de cours d'eau à régime hydrologique très irrégulier.

Pour s'en sortir, l'Etat a implanté des stations d'épuration des eaux usées rejetées par les installations hôtelières. Selon Bernard (2001, p. 53) : « *Le traitement des eaux dans les stations d'épurations n'est pas complet, la pollution organique n'étant réduite qu'à 90%. Outre les ordures d'hôtels, le rejet dans le milieu naturel est devenu source de pollution notoire* ». L'on remarque ainsi des quantités énormes d'emballages plastiques dans les lieux publics, sur les voiries, dans les terres agricoles et dans les espaces naturels, ce qui a causé une dégradation de l'esthétique urbaine et des équilibres naturels, en plus des gaz toxiques émanant de leur incinération d'une manière anarchique (chlore, dioxine). Eu égard aux dangers que présentent ces déchets pour l'environnement, en particulier ceux qui sont difficilement biodégradables, il est devenu nécessaire de penser au devenir de ces déchets.

2.1.4- L'érosion

L'érosion des plages s'est particulièrement accélérée, certaines d'entre elles ont même disparu. En effet, les dunes bordières qui caractérisaient le paysage djerbien, jouent un rôle très important dans l'équilibre naturel de l'île. La déstructuration des dunes bordières est une des causes les plus importantes de l'érosion des plages. Cette érosion s'est accélérée du fait de la densification de l'implantation des unités hôtelières à proximité immédiate du littoral. Selon Alaoui (1986) "*cette colonisation est légitimée par le postulat juridique : expropriation pour cause d'utilité publique*". Ce postulat a favorisé la privatisation de la bande côtière et la destruction du milieu écologique. L'exemple de l'hôtel « El jazira » est désormais célèbre (Kassah 2000, p. 8). Sa plage a été fortement érodée et l'hôtel a été plusieurs fois endommagé par des tempêtes. Diverses actions d'enrochement ont encore aggravé la situation. L'hôtel a finalement été complètement détruit et reconstruit en retrait par rapport à la ligne du rivage (Bourgou, 2005). En ce qui concerne l'espace, outre la saturation de la zone touristique, l'intérieur de l'île a subi les effets de l'expansion du bâtiment. La forte demande en matériaux de construction a engendré une exploitation sauvage et illicite du sable et de la pierre. De même, ces zones sont envahies par des décharges sauvages. La figure 55 récapitule tous les conflits d'usage.

Figure 55. Conflits d'usage de l'espace djerbien



Source : D'après Bernard (2001).

L'analyse de l'état des lieux de l'environnement à Djerba, nous permet de cerner les forces et les faiblesses du dispositif tunisien visant à minimiser les effets du tourisme sur l'environnement et les ressources naturelles. Dans la définition des politiques possibles, les pouvoirs publics ont à leur disposition plusieurs types d'instruments. Aux instruments réglementaires de la politique de l'environnement, se sont ajoutés récemment des mesures incitatives ainsi que les instruments volontaires. Nous allons étudier dans la suite de cette section les mesures réglementaires prises par la Tunisie pour améliorer la qualité de l'environnement à Djerba.

2.2- Les mesures réglementaires prises par l'Etat tunisien

Dans cette analyse nous mettons l'accent sur la définition et les dispositifs réglementaires, ainsi que sur les mesures prises et leurs limites.

2.2.1- Définition des instruments réglementaires

Selon l'OMT (2006) : « *Les mesures réglementaires regroupent les instruments non économiques qui relèvent de la réglementation concernant les régimes d'interdiction ou d'autorisation, de surveillance et de contrôle décidé par la puissance publique dans le domaine de la protection de l'environnement. Le non-respect de la réglementation en vigueur est alors sanctionné pénalement* ». Ces instruments s'inscrivent dans un projet global d'aménagement du territoire et de contrôle du développement. Les plans d'urbanisme, la planification spatiale (gestion intégrée des zones côtières-GIZC-par exemple), le zonage des activités touristiques, la réglementation et les directives d'aménagement, les contrôles des aménagements et surtout l'usage des études d'impact sur l'environnement (EIE) peuvent ainsi servir à empêcher tout développement potentiellement préjudiciable. Afin d'orienter l'aménagement de son territoire, l'Etat tunisien dispose de divers outils pour promouvoir une planification spatiale et une stratégie de sauvegarde des côtes de l'île.

2.2.2- Les dispositifs réglementaires

Il existe des dispositifs législatifs et réglementaires. Ces dispositifs confient la protection du littoral ou du DPM à certains organismes : l'Agence de Protection et d'Aménagement du Littoral (APAL), l'Agence National de Protection de l'Environnement

(ANPE), l'Agence Foncière du Tourisme (AFT) et la Direction de l'Aménagement du Territoire (DAT). Pour prendre la mesure des efforts consentis par l'Etat tunisien au niveau réglementaire, il convient de se livrer à une description des moyens qui ont été mis à la disposition de ces organismes.

a. L'APAL³⁹⁵

L'APAL intervient de plus en plus dans la préservation des ressources nécessaires au développement de l'activité touristique. La gestion du littoral, et plus précisément du Domaine Public Maritime (DPM), en est une des manifestations majeures. En effet, l'Etat a défini un mode de gestion garantissant la préservation des milieux naturels sensibles et permettant une utilisation des plages respectueuses de l'environnement et contribuant à l'amélioration de la qualité des vies des citoyens et au développement du tourisme. Les activités concourant à une gestion durable comprennent :

- la délimitation du DPM
- l'assainissement foncier et l'empiètement sur la DPM
- la gestion des concessions et des occupations temporaires
- le contrôle du DPM : rivage de la mer, plages, sebkhas, dunes de sable, îles, falaises et différentes composantes du domaine public maritime à l'exception des forteresses et autres ouvrages de défense, estuaires, caps marins et zones humides littorales.

L'APAL est chargée de :

- la gestion des espaces littoraux et du suivi des opérations d'aménagement ainsi que de la surveillance des règles et des normes fixées par les lois et règlements en vigueur relatifs à l'aménagement de ces espaces, leur utilisation et leur occupation;
- la régularisation et l'apurement des situations foncières existantes à la date de publication de la présente loi [...] et ce conformément à la législation en vigueur, et tout en respectant le principe du caractère non saisissable, non susceptible d'hypothèque, inaliénable et imprescriptible du DPM ;
- l'élaboration des études relatives à la protection du littoral et à la mise en valeur des zones naturelles ;
- l'observation de l'évolution des écosystèmes littoraux (art 3).

³⁹⁵ Organisme sous tutelle du MEHAT a été créé pour la sauvegarde d'un environnement comprenant (art1).

L'étude de gestion de la zone sensible de « Ras Remel » entre dans le cadre du Programme National de gestion des zones sensibles. Ce programme lancé par le MEAT comporte la réalisation d'une vingtaine de schémas de gestion dont celui de « Ras Rmel » à Djerba. Les critères de choix de ce site, pour lequel la mise en place d'un schéma de gestion nécessaire, a été défini dans la loi relative à la création de l'Agence de Protection et de l'Aménagement du Littoral : *« Les zones sensibles sont des espaces qui caractérisent le patrimoine naturel national, présentant un ensemble d'éléments dans un écosystème fragile et constituant un paysage naturel remarquable, menacé par la dégradation ou l'utilisation irrationnelle et soumis à une pression anthropique qui risque de les déstabiliser ».*

Pour rationaliser l'exploitation des plages, les protéger contre toute forme d'agression et améliorer les conditions d'accueil des estivants des plans d'occupation sont contrôlés. Les résultats des études achevées sont déjà appliqués dans l'octroi d'occupations temporaires sur les plages.

b. L'ANPE³⁹⁶

L'Agence Nationale de Protection de l'Environnement peut intervenir dans les espaces maritimes (art.4). Les villages de vacances et hôtels d'une capacité supérieure à 250 lits et les ports de plaisance doivent faire l'objet « d'études d'impact » en vue de l'obtention de toute autorisation administrative (art.1). En effet, les autorités compétentes (municipalité, administration du tourisme) ne peuvent délivrer d'autorisation pour la réalisation d'une unité touristique qu'après accord de l'ANPE (art.2). De plus, l'Arrêté du 10 juin 1995 précise que les études d'impact doivent être approuvées par le Ministère de l'Equipement, de l'Habitat et de l'Aménagement du Territoire. En outre, l'ANPE a identifié de nombreuses zones sensibles, qui requièrent une attention particulière en termes de développement et sont généralement soumises à des plans d'aménagement pour un usage touristique.

³⁹⁶ La Loi n°88-91 du 2 août 1988, portant la création de l'Agence Nationale de Protection de l'Environnement, qui est définit selon l'article 2 "On entend par environnement au sens de la présente loi, le mode physique y compris le sol, l'air, la mer, les eaux souterraines et de surface (cours d'eau, lac, lacune et sebkha et assimilé...) ainsi que les espaces naturels, les paysages, les sites et les espèces animales et végétales, et d'une manière générale tout le patrimoine national".

c. L'AFT

La maîtrise foncière a été dévolue à l'Agence Foncière Touristique (A.F.T.), en vertu de l'article 1^{er} de la Loi n°73-21 du 14 avril 1973 relative à l'aménagement des zones touristiques, industrielles et d'habitation. Les fonctions de cet organisme sont d'acquérir, aménager et céder les terrains destinés à la construction des établissements touristiques. Elle est habilitée à procéder, à l'intérieur des zones touristiques, à toutes les opérations immobilières d'acquisition des immeubles nécessaires à l'exécution de sa mission, à l'exercice du droit de préemption, à la vente de terrains et immeubles dont elle est devenue propriétaire, ainsi qu'à toutes autres opérations entrant dans le cadre de sa mission. Pour protéger les zones naturelles sensibles contre toute pression anthropique, l'AFT a défini un cahier des charges comme un outil pour l'acquisition des terrains ou la gestion des propriétés. Parmi ses réalisations à Djerba, nous pouvons citer la station intégrée Marina Houmt-Souk, ainsi que des centres d'animation touristique tels que la zone de « Lella Hadhria »³⁹⁸.

d. La DAT³⁹⁹

La Direction de l'Aménagement du Territoire est chargée d'élaborer en concertation avec les départements, services et organismes concernés, les schémas d'aménagement du territoire, en faveur d'une gestion rationnelle du territoire.

2.2.3- Les limites de mesures réglementaires

Nous passons en revue ici les mesures réglementaires ainsi que leurs limites.

a. Au niveau de la planification spatiale et de la protection patrimoniale

Pour faire face à l'urbanisation, l'Etat tunisien⁴⁰⁰ a remplacé "l'aménagement" par des "lotissements". Il s'agit d'une grande réussite pour les uns, mais d'un échec pour d'autres⁴⁰¹. En effet, les municipalités essayent de gérer l'urbanisation galopante par l'intermédiaire de plans d'urbanisme. Les normes pour obtenir l'autorisation de construction sont exigeantes. Les zones qui ont un plan d'urbanisme exigent de celui qui veut construire l'achat d'au

³⁹⁸ Plan d'aménagement et prise en compte de l'environnement de Lella Hadria, d'une superficie de 220 ha pour une superficie de 6 500 lits.

³⁹⁹ Sous la tutelle de Ministère d'Equipement, d'Habitat et d'Aménagement du Territoire.

⁴⁰⁰ Sous tutelle du Direction Générale de l'Aménagement du Territoire.

⁴⁰¹ Plan Bleu, Chapoutot 1995.

minimum 2500 m² de terrain. Cette superficie minimum exigée est énorme pour une île morcelée comme Djerba. De plus, elle ne permet pas une véritable urbanisation, ni une préservation de l'activité productive (agriculture). Toutes les astuces ont donc cours pour acheter des terrains plus petits ; la plus répandue s'appuyant sur l'aide du propriétaire du terrain. La méthode est simple : le propriétaire qui possède un terrain avec une superficie légale annonce à la municipalité qu'il va construire. De ce fait, il obtient l'autorisation de construire. Puis, il vend seulement une partie de son terrain ; et c'est sur cette dernière qu'aura lieu la construction.

Dans le but de créer une zone touristique et de gérer le domaine maritime, ont été mis en œuvre différents plans d'aménagements, notamment celui de 1973 concernant le Nord Est de l'île entre Houmt-Souk et Aghir (40 km du littoral) et, celui de 1995 pour la délégation de Midoun. Malgré les efforts de l'Etat pour aménager au mieux ses zones, ces aménagements ont conduit à une sur-urbanisation de ces territoires. Selon Chapoutot (2001) : « *Malgré les intentions affichées de l'aménagement du territoire, l'île de Djerba n'est pas économe d'espace* ».

En outre, la révision du plan d'aménagement de la zone touristique et son extension se sont traduites entre autres par la conversion de zones agricoles et naturelles fragiles en zones hôtelières. De ce fait, des sites naturels fragiles, d'une qualité écologique exceptionnelle, et ne pouvant pas subir une urbanisation dense sous peine de se dégrader irrémédiablement, sont finalement destinés à accueillir des installations de grandes tailles.

Le développement touristique non intégré, ainsi que l'absence de mesures d'accompagnement pouvant permettre d'accueillir dans de bonnes conditions la main d'œuvre employée dans les unités hôtelières a conduit à la destruction d'une partie du patrimoine de l'île et au développement de l'habitat anarchique et non contrôlé.

b. La gestion de l'espace naturel et des zones sensibles

La gestion du Domaine Public Maritime (DPM) est basée sur un contrôle systématique et régulier pour lutter contre les empiétements et les occupations illicites. Par ailleurs, la loi n°95-73 du 24 juillet 1995, relative au domaine maritime, permet de définir le DPM, d'en fixer les procédures de délimitation et les conditions d'utilisation et d'occupation, ainsi que les servitudes auxquelles sont assujettis les terrains limitrophes. En outre, le code de

l'urbanisme de 1994 (art.25) prévoyait des règlements concernant le littoral. « *Nonobstant les règlements spéciaux [...] il est interdit de construire à une distance inférieure à cent mètres à partir du domaine public maritime* ». Malgré cette interdiction, on peut constater que les recommandations et directives nationales et internationales ne sont pas respectées : exemple « l'hôtel Rais »⁴⁰² qui était construit dans les années 90.

c. Le régime foncier

Malgré la création de l'AFT et le développement de nouvelles approches de maîtrise foncière, notamment les Périmètres d'Intervention Foncière (PIF), le régime foncier reste un problème crucial en Tunisie, particulièrement en ce qui concerne les acquisitions de terrains. Ces dernières sont établies soit à l'amiable soit par l'exercice du droit de préemption⁴⁰³, soit par voie d'expropriation. Ce dernier et pour cause d'utilité publique pose toujours un problème. L'AFT de Djerba a ainsi acquis 835 ha dont 15% par voie d'expropriation en 2001. L'autre problème qui se pose à l'A.F.T réside dans le prix des terrains achetés, l'objectif étant que l'assiette foncière ne dépasse pas 8 à 10% du prix de revient. Cette logique serait perturbée dans la mesure où la notion d'utilité publique va se dénaturer car elle ne repose plus sur l'opposition entre l'intérêt général et l'intérêt privé mais sur cette idée nouvelle : celle d'intérêt économique.

Alaoui avait déjà proposé deux solutions en 1986 : 1-les contrats de participation : faire de l'exproprié un copropriétaire du projet, 2-le contrat de location : payer à l'exproprié une somme forfaitaire évaluée toutes les années en fonction de la rentabilité du projet. Aucune n'a été mise en œuvre.

d. Protection des dunes bordières caractéristiques du paysage djerbien

Dans le cadre de la protection du littoral et des côtes, l'Etat tunisien a lancé une étude générale afin de limiter l'érosion marine. Cette étude a permis l'actualisation des données naturelles agissant sur le comportement de la ligne de côte et l'identification des sites érodés nécessitant une intervention urgente. Les études techniques menées par l'Agence de Protection

⁴⁰² L'hôtel Rais est un exemple de la mauvaise gestion administrative et réglementaire : la municipalité de Midoun qui est chargé de délivrer les permis de construction d'un hôtel touristique non conforme aux critères de prévision et de protection du littoral.

⁴⁰³ La préemption est présentée comme la faculté reconnue à son titulaire d'acheter un bien avant tout autre dans la mesure où le propriétaire décide de se dessaisir de son bien.

et d'Aménagement du Littoral portent sur Aghir et le littoral Nord de Djerba. Il s'agit d'un projet pilote de la protection du littoral d'Aghir à Djerba pour lutter contre l'érosion marine par la technique du stabli-plage avec un partenariat entre l'APAL et l'ONG (Syndicat d'initiative de Midoun). Ce projet n'a pas atteint ses objectifs. Selon le chef de projet seulement 50% des objectifs ont été atteints, alors que ce même projet a réussi à 100% en île de Ré (France) et au Bénin.

Les études d'impact réalisées n'ont pas suffisamment pris en considération le problème du coût d'opportunité d'installations touristiques de grande envergure. En effet, ceci a un impact sur l'utilisation des ressources en eau, en terre généralement très rare, et sur les autres activités précaires telles que l'agriculture, la pêche. Le cas de Djerba illustre bien ce constat. Une étude du ministère de l'environnement et de l'aménagement du territoire menée en 2002 pour évaluer les coûts de dommages montre que le coût de l'impact sur le littoral s'élève à près de 0,4% du PIB. Si aucune action n'est entreprise afin de pallier la détérioration des ressources, elle pourrait devenir irrémédiable. L'étude a permis aussi d'évaluer les coûts de remplacement qui représenteraient près de 0,08% du PIB (Ministère de l'Environnement et de l'aménagement du territoire, 2002, p. 21).

e. Les aménagements de terrains équipés et la réalisation d'infrastructures

Malgré la mise en place de Schémas Directeurs d'Aménagement du territoire (SDA) et des Zones Sensibles (SDAZS), Djerba n'est pas parvenue à réaliser les objectifs fixés par l'Etat (les aménagements de terrains équipés et la réalisation d'infrastructure). Nous pouvons citer dans ce cadre l'absence d'une étude d'impact des infrastructures sur le littoral : l'exemple du port de pêche d'Aghir⁴⁰⁴ non-conforme aux normes de la réglementation en vigueur pour la protection du littoral. Actuellement les autorités publiques étudient la destruction du port. Pour pallier ces lacunes, ces plans seront soutenus par un plan-programme, des mesures d'accompagnement et un tableau de bord suivi de l'évolution du territoire.

⁴⁰⁴ Le port de pêche d'Aghir qui était construit pour une dizaine de pêcheur de valeur d'un million de dinar tunisien (environ 600 millions d'euros).

De ce tour d'horizon, nous pouvons déterminer les causes de conflits dans la mesure où ils ont pour origine le cadre législatif réglementaire et institutionnel relatif aux équipements touristiques :

- l'inadaptation du droit de propriété et des régimes fonciers ;
- une sensibilisation insuffisante de l'opinion publique et de certains responsables de l'administration aux problèmes de l'environnement ;
- la politique d'aménagement du territoire confrontée à des impératifs contradictoires peuvent expliquer l'existence et l'acuité de certains conflits ;
- le non-respect de la réglementation des accords internationaux ;
- des lacunes dans la réglementation⁴⁰⁵ ;
- une gestion et surveillance non décentralisée ;
- absence des moyens financiers ou difficultés des organismes responsables de l'assainissement, des déchets ou de ressources en eau douce ;
- manque de coordination des différents services administratifs rendant difficile l'application des règlements ;
- insuffisance des données statistiques nécessaires à la décision ;
- dispositif de contrôle de l'application des dispositions législatives et réglementaires inefficaces.

Pour résumer, on peut dire que l'Etat doit d'abord améliorer la localisation et la qualité des unités touristiques en œuvrant pour une meilleure intégration spatiale des unités hôtelières, par le développement de règlements et de normes spécifiques d'urbanisme. Il doit aussi améliorer les rendements écologiques et environnementaux lié à l'activité touristique en contribuant plus directement à la protection de l'environnement, à la préservation du paysage et à la réhabilitation des milieux écologiquement endommagés. Il doit également améliorer l'encadrement administratif, juridique, scientifique, technique et professionnel de toutes les activités socio économiques du secteur.

Les lacunes de l'approche réglementaire, la complexité des problèmes environnementaux et l'épuisement des ressources financières ont forcé les gouvernements à

⁴⁰⁵ Cela est justifié par la conférence de méditerranée en 2003 à Djerba : "Les politiques, les lois et les réglementations nationales en matière d'environnement sont souvent formulées sans tenir compte des besoins du secteur du tourisme. [...] On aura par exemple une loi et une réglementation régissant la pollution causée par les usines, une autre pour les pêcheries et une concernant les permis de construire sur le littoral, le tout administré par différents organismes [...] ».

chercher et développer de nouveaux outils et des nouvelles stratégies de protection de l'environnement.

2.3- Les instruments incitatifs marchands

L'utilisation des instruments économiques, en particulier l'écofiscalité (écotaxes), peut permettre non seulement de résoudre les problèmes de pollution mais également les problèmes d'épuisement des ressources. Ces instruments sont instaurés principalement pour générer des recettes afin de financer certains services relatifs à la gestion des eaux et de l'énergie. Il convient de faire référence à une étude de l'OMT de 2005 intitulée « Vers un tourisme durable-Guide à l'usage des décideurs », pour faire un état des lieux de l'application de ces instruments.

2.3.1- Définition, objectifs et avantages des instruments économiques

Les instruments économiques sont des mesures incitatives. Selon l'OCDE (1997) : *« Un instrument économique est une mesure qui utilise le système des prix et les forces du marché pour atteindre un objectif donné. Les instruments peuvent être qualifiés d'économiques lorsqu'ils ont un effet sur l'estimation des coûts et des avantages des différentes possibilités d'action qui s'ouvrent aux agents économiques ».*

La souplesse des instruments économiques laisse aux entreprises et aux particuliers le soin de choisir leurs modes d'intervention, mais les incite économiquement à prendre des mesures qui favorisent la protection de l'environnement. Les prix du marché doivent refléter les véritables coûts sociaux des activités économiques. Les externalités sont ainsi internalisées, et les intérêts des entreprises et des consommateurs particuliers deviennent compatibles avec les intérêts collectifs de la société. Les instruments économiques reposent sur les principes et les forces du marché. Il s'agit d'utiliser les prix, c'est-à-dire de modifier les coûts et les avantages des options offertes aux agents économiques, en fonction d'objectifs environnementaux⁴⁰⁶. C'est un principe de plus en plus reconnu qui bénéficie d'un soutien encore plus large aujourd'hui et qui devrait s'étendre dans le futur. On y fait explicitement référence dans la

⁴⁰⁶ OCDE 1994, p46. Dans cette étude, The « economics of welfare », Pigou préconisait une tarification de l'usage des routes afin d'en faire payer les coûts aux utilisateurs.

déclaration de Rio⁴⁰⁷ qui proclame que : « *Les autorités nationales devraient s'efforcer de promouvoir l'internationalisation des coûts de protection de l'environnement et l'utilisation d'instruments économiques en vertu du principe selon lequel c'est le pollueur qui doit, en principe, assumer le coût de la pollution* ».

Parmi toutes les définitions que l'on trouve dans la littérature concernant les instruments économiques, on retient deux caractéristiques majeures : les instruments économiques fonctionnant par le biais des prix et laissant aux entreprises et aux particuliers le soin de choisir leur moyen d'action.

L'utilisation des instruments économiques poursuit généralement trois types d'objectifs :

- Objectif de financement : recueillir des fonds qui permettront de couvrir les coûts des impacts sur l'environnement ou qui seront redistribués pour favoriser des activités de prévention ou de restauration de la qualité de l'environnement ou de recherche et développement ;
- Objectif d'incitation : influencer le comportement des consommateurs afin de réduire ou d'optimiser des ressources, en exerçant une pression à la hausse sur le prix des produits ou des activités nuisibles pour l'environnement ;
- Objectif de prévention : poursuivre une approche de plus en plus préventive en matière de la pollution de l'environnement (redevances pour restauration des sites miniers ou des lieux d'enfouissements sanitaires ou des garanties financières par exemple).

Ils relèvent des deux modes d'internalisation des effets externes : l'approche "pigouvienne"⁴⁰⁸ ou l'approche "coasienne"⁴⁰⁹. Dans la première catégorie, les instruments choisis visent à égaliser coût privé et coût social. Ils se basent sur la fiscalité (taxe de séjour, taxes sur les activités polluantes), la parafiscalité (redevances pour services rendus, exemple : collecte des déchets) ou sur les subventions (incitations aux pratiques propres). Les recettes récoltées servent ainsi, à financer un certain nombre d'actions en faveur de l'environnement. Dans la

⁴⁰⁷ Le principe 16 de la déclaration de Rio de la Conférence des Nations Unies sur l'Environnement et le Développement.

⁴⁰⁸ A.Pigou (1920) recommandait que le prix des biens et services devrait dans l'idéal refléter l'intégralité des coûts sociaux, y compris les coûts du point de vue de l'environnement liés à la pollution, à l'exploitation des ressources et à d'autres formes de dégradation de l'environnement. L'absence de prise en compte de ces coûts dans la formation des prix sur le marché conduirait à une surexploitation des ressources et à une pollution supérieure au niveau optimal du point de vue social.

⁴⁰⁹ De nombreux économistes dont Beaumol et Oates dans les années 70, ont préconisé également le recours à des incitations économiques telles que les redevances, les subventions à des fins de protection de l'environnement.

deuxième catégorie, les instruments choisis consistent à l'établissement de droits de propriété sur les biens environnementaux, lorsqu'ils ne sont pas clairement définis et d'établir un marché pour ces biens (exemples : droits à polluer, quotas de pêche transférables, accords de concessions ou établissements de partenariat public-privé).

Les instruments économiques présentent plusieurs avantages :

- Réduction de la pollution à moindre coût : le coût de dépollution est en général différent d'une source de pollution à l'autre. Les instruments économiques tiennent compte de ces différences permettant ainsi de réduire le prix de la pollution par ceux pour qui la dépollution est la moins coûteuse. Les taxes et les permis changeables le permettent, car les pollueurs qui ont les coûts de dépollution les plus faibles auront intérêt à dépolluer plutôt qu'à payer la taxe ou le permis. A l'inverse, ceux qui ont les coûts de dépollution les plus élevés préfèrent payer la taxe ou acheter un permis d'émissions plutôt que de dépolluer. Le régime de prix et la souplesse de réaction à ces prix permettent aux entreprises et aux particuliers de choisir l'option la plus avantageuse.
- Encouragement à l'innovation : le second avantage des instruments économiques est qu'ils fournissent aux entreprises une incitation continue à améliorer leur performance environnementale. Avec l'approche commande-contrôle, une fois que l'entreprise s'est conformée aux normes imposées, elle n'a pas nécessairement intérêt à faire davantage. Avec la redevance ou le permis qui n'imposent pas de stratégie antipollution, le pollueur est toujours incité à innover et à trouver de nouveaux moyens pour réduire ses émissions afin de maximiser ses profits.
- Recettes : les recettes générées par des taxes ou des redevances environnementales peuvent être consacrées à réduire d'autres taxes ou encore être affectées à des programmes particuliers de protection de l'environnement ou au financement des organismes œuvrant pour la protection de l'environnement.

2.3.2- Les outils des instruments économiques

Il s'agit des impôts, des taxes, des incitations et des accords financiers.

a. Impôts et taxes

Ces mesures agissent par le biais du coût, des prix et des revenus, qui ont une incidence majeure sur les choix et les décisions des entreprises et des consommateurs. Elles peuvent être appliquées avec une certaine souplesse et sont faciles à ajuster. Selon l'OMT (2005) : *« Instituer des impôts et des taxes peut avoir deux conséquences majeures pour la durabilité du tourisme. Les impôts et les taxes peuvent être appliqués de manière à pénaliser les pratiques non durables, polluantes par exemple, et à modifier les caractéristiques de la demande »*. En outre, elle permet de récupérer auprès des consommateurs et des entreprises des moyens financiers qui peuvent être utilisés pour atténuer les impacts et soutenir des actions, comme la conservation ou des projets locaux ; améliorant ainsi la durabilité du tourisme. Les façons dont les gouvernements peuvent utiliser ces mesures sont les suivantes : imposition de taxes sur la consommation des ressources ou utilisation des services, comme les services publics et les équipements collectifs, et instauration d'impôts généraux sur les activités qui touchent la gestion des entreprises touristiques et le comportement des touristes.

b. Incitations et accords financiers

Il s'agit d'instruments économiques qui influencent le comportement des entreprises en leur fournissant une aide financière spécifique ou des débouchés commerciaux à condition qu'elles se comportent d'une façon déterminée. Selon l'OMT(2005): *« Le gouvernement peut fournir lui-même une aide financière ou des débouchés commerciaux ; influencer sur et travailler avec des agences d'aide au développement dont les politiques dans les pays bénéficiaires sont de plus en plus influencées par des priorités et programme convenu avec les gouvernements et influencer les politiques de prises de décisions financières et les actions des sources commerciales de financement »*.

➤ Incitations financières positives (subventions et conditionnalité)

Diverses formes d'aide financière peuvent être utilisées pour influencer les comportements et encourager le changement. Elles peuvent être destinées aux entreprises de tourisme existantes ou aux nouveaux projets. Il y a trois sortes d'utilisation de l'aide financière pour induire des changements :

- susciter l'action en assortissant l'aide financière de conditions. Cette stratégie est valable pour tous les types de projets. La Banque Mondiale et d'autres organismes

d'aide au développement ont ouvert la voie dans ce domaine⁴¹⁰. Ces conditions peuvent être la minimisation des impacts ou le soutien apporté à des projets sociaux ou de conservation, comme l'approvisionnement en eau propre.

- aider des formes de tourisme allant dans le sens des objectifs de durabilité. Au lieu de chercher à influencer tous les types de projets touristiques, une aide financière personnalisée peut, le cas échéant, être fournie à des types de projets qui répondent à certaines priorités du développement durable.
- financer des investissements spécifiques directs qui amélioreront la durabilité comme l'installation d'une nouvelle technologie écologiquement efficace et pour couvrir les frais de mise en place des programmes de gestion environnementale.

Ces solutions sont souvent plus efficaces conjuguées à d'autres instruments comme la certification et le renforcement des capacités.

- **Autres accords financiers** : les gouvernements ont aussi la possibilité d'influer sur le comportement des entreprises en passant d'autres types d'accord financier avec elles, par exemple en leur transférant certains **droits de propriété** ou **droits commerciaux**.

Le tableau n°114 résume les différents types d'impôts et taxes ayant des effets sur le tourisme.

⁴¹⁰ Les « principes de l'Equateur » fixent de nombreuses conditions de viabilité sociale et environnementale pour les grands projets, lesquels doivent faire l'objet d'une évaluation avant qu'une aide ne puisse leur accorder.

Tableau 114. Différents types d'instruments économiques

Type 1 : Impôts et taxes	
Impôts et taxes liés aux intrants et à l'utilisation des ressources, aux effluents et déchets.	<ul style="list-style-type: none"> *Taxes sur les effluents : pour encourager la réduction des émissions par des mesures de ressources en aval. *Taxes sur les déchets : pour encourager la réduction et le recyclage en rendant l'élimination des déchets plus onéreuse. *Taxes sur des produits comme l'énergie et les emballages (ex : taxes sur le carbone pour l'utilisation de certains combustibles).
Taxes sur l'utilisation des équipements collectifs et des infrastructures	<p>Faire payer l'utilisation des équipements collectifs peut être une solution efficace pour le secteur du tourisme. Il s'agit :</p> <ul style="list-style-type: none"> *des taxes sur la consommation des ressources précieuses comme l'eau. *de l'instauration d'un droit d'entrée pour accéder à un parc national ou à un site du patrimoine. *du stationnement payant permettant de limiter l'usage des véhicules particuliers, et donc la pollution et les embouteillages. *du péage susceptible de décourager l'utilisation de la voiture particulière, comme dans le cas de certains sites naturels.
Taxes influençant l'après usage.	<p>Ce sont des taxes qui peuvent prendre la forme d'assurance garantissant un résultat durable dans le futur. Des garanties de bonne exécution peuvent être exigées des aménageurs, sous la forme d'une caution qui leur est restituée ultérieurement, si certaines conditions sont remplies. Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> *l'encouragement pour le recyclage ou permettre l'élimination en décharge contrôlée. *l'application d'une garantie d'exécution pour garantir le reboisement à la suite d'un projet d'aménagement ayant nécessité le défrichage de forêts. *la mise en place d'un système de consigne pour certains emballages comme les bouteilles en plastique ou en verre.
Type 2 : Incitations et accords financiers	
Incitations financières positives	<p>Cette approche convient tout particulièrement aux programmes d'aides nationaux et internationaux, ainsi qu'aux petits et grands projets (La Banque Mondiale et d'autres organismes d'aide au développement).</p> <p>La micro crédit peut être utilisée pour influencer sur le choix de moyens de subsistance durable, comme :</p> <ul style="list-style-type: none"> *soutien apporté à des formes de tourisme durable (aide financière personnalisée fournie à des types de projets qui répondent à certaines priorités du développement durable). *financement des investissements spécifiques directs qui amélioreront la durabilité. L'aide peut être aussi versée pour couvrir les frais de mise en place des programmes de gestion environnementale. Ces solutions sont souvent plus efficaces conjuguées à d'autres instruments concernant le renforcement des capacités. <p>L'aide financière étant accordée pour des aspects comme l'accès au marché, des actions comme l'installation d'une nouvelle technologie écologiquement efficace, ainsi que la certification et le renforcement des capacités.</p>
Autres accords financiers	<p>Les gouvernements ont aussi la possibilité d'influer sur le comportement des entreprises par d'autres types d'accord financier avec elles, par exemple en leur transférant certains droits de propriété ou droits commerciaux.</p> <ul style="list-style-type: none"> *L'octroi par le gouvernement de concessions ou de contrats aux entreprises concernant la création de partenariats public-privé avec certaines entreprises pour la fourniture de certains équipements, les politiques d'approvisionnement du gouvernement, les projets d'initiative locale de petite envergure dans des localités pauvres ou des projets d'écotourisme, les <u>services dans les parcs nationaux</u>, la création de permis négociables pour <u>le captage des eaux</u>, en protégeant les droits de communautés les plus pauvres, les infrastructures de transport, les services collectifs ou les services d'information.

Source : Synthèse élaborée à partir du guide à usage des décideurs (OMT, 2005).

2.3.3- Les mesures prises par la Tunisie

L'emploi des instruments économiques à des fins de protection de l'environnement fait de plus en plus d'adeptes depuis le début des années 90⁴¹¹. Les différents types d'impôts et taxes ayant des effets sur le tourisme en Tunisie sont présentés ici.

a. Impôts et taxes

- Impôts généraux sur les entreprises

En 12 décembre 1992, le fonds de protection des zones touristiques mis en place par le gouvernement et financé par une taxe de 1% nouvellement imposée aux hôtels dans les 30 zones municipales touristiques précisées par décret, a été créé en vue de soutenir les efforts de protection de l'environnement dans les zones touristiques. À Djerba, c'est la municipalité de Midoun qui en a bénéficié. Le fonds est utilisé pour des projets tels que l'amélioration des routes, l'éclairage public, l'amélioration des conditions d'évacuation des eaux usées et l'entrée des villes touristiques.

- Impôts généraux sur le tourisme

La Tunisie a instauré une taxe sur le tourisme sous la forme d'une taxe de séjour appliquée par personne d'une valeur de 1€ et souvent par nuitée. Elle est principalement collectée auprès des entreprises de tourisme qui sont libres de la récupérer ou non sur les touristes. Elle est considérée comme un moyen d'obtenir des recettes. Ce type de taxes peut être institué particulièrement au bénéfice de la destination et de la durabilité du tourisme. Mais, même présentées comme telles, elles peuvent susciter des controverses, comme le montre l'exemple de l'écotaxe instaurée aux Baléares.

- La redevance d'assainissement

Selon l'Office National d'Assainissement (ONAS), la redevance d'assainissement dans le secteur touristique est égale à 0.642 de dinar tunisien pour un m³.

⁴¹¹ La Tunisie espère bénéficier, grâce à cette voie, d'attirer les investisseurs étrangers, de conditions plus souples pour permettre le transfert d'une technologie propre, de certains emprunts (aides ou dons qui sont conditionnés à n'être utilisé que dans des projets liés directement ou indirectement à l'amélioration de la qualité de l'environnement) et la participation aux accords de l'OMC (2008) qui auront pour thème les normes internationales.

b. Les incitations financières

Des incitations financières ont été mises en place pour encourager le respect de la réglementation thermique dans les nouveaux bâtiments et l'utilisation d'équipements anti-gaspillage d'énergie et d'eau. Comme on l'a montré, l'hôtellerie à Djerba est un secteur « énergétivore » et grand consommateur d'eau. Dans une île où le climat est semi aride et avec des ressources en énergie faible, la rationalisation de la consommation devient indispensable. Ceci sous entend le recours, quand c'est possible, aux énergies nouvelles et renouvelables, voire même de substitution. Cette énergie peut être produite à partir de sources locales et renouvelables comme le solaire, l'éolien, la géothermie. Selon Ben Slama (2009)⁴¹² : « *L'une des solutions, c'est les énergies renouvelables parmi lesquelles se situe l'énergie solaire... tels que : le pompage et le chauffage de l'eau, le dessalement, la production d'hydrogène etc. L'usage de ces systèmes peut contribuer au développement surtout les régions arides, bien ensoleillées et dépourvues de sources d'énergie fossiles. Naturellement, la protection de l'environnement est bien assurée* ».

Dans cette analyse, nous mettons l'accent sur les mesures incitatives financières prises par la Tunisie en ce qui concerne l'usage de l'électricité (prés deux tiers des usages de l'électricité peuvent trouver des moyens de substitution notamment de l'eau chaude sanitaire, la force motrice, la cuisson, la climatisation et le chauffage) et de l'eau.

- Economie d'énergie

Le solaire thermique tient une place prépondérante dans le marché des énergies renouvelables. Cette énergie est particulièrement intéressante pour la Tunisie qui bénéficie d'un bon ensoleillement : de 4 à 6 kWh /m²/jour. Pour un hôtel situé en Tunisie, est environ de 20 000 DT par an (soit 11 000 euros environ), ce qui est négligeable.

À Djerba, il existe 118 hôtels dont plus de la moitié est de grande taille, c'est-à-dire comptant 200 à 300 chambres. Beaucoup d'entre eux connaissent une situation économique délicate et tous n'ont pas la capacité d'engager des projets d'investissement à long terme. On peut estimer que la moitié d'entre eux seulement disposent de capacités d'endettement pour une installation

⁴¹² Enseignement de la maîtrise de l'énergie et recherches sur les applications solaires.

de solaire thermique. Il existe également un programme national de mise à niveau des hôtels, qui peuvent intégrer des dispositifs d'économie d'énergie (cf. tableau 115).

Tableau 115. Les mesures incitatives pour encourager l'installation des Chauffe Eaux Solaires (CES)

Economie d'énergie	Les Chauffe Eaux Solaires (CES) en Tunisie
Aides	<ul style="list-style-type: none"> -Octroi d'une subvention de 20% du coût des CES avec un plafond de 200 DT (110 euros) pour les CES de capacité 300 litres (221 euros) accordés par l'ANME⁴¹³ et le MEDREC⁴¹⁴. -Octroi de crédits remboursables sur 5 ans, à travers la facture STEG qui garantira leur recouvrement, suivant les conditions suivantes : montant des crédits : 550, 750, 950 et 1150 DT, avec un taux d'intérêt : TMM +1(6.25%) pour l'année 2007 et TMM+1,2 pour les années suivantes (2008-2011). -Les montants des crédits sont indépendants de la capacité du CES à condition que le montant crédit Subvention soit < au coût CES installé.
Mesures incitatives	<ul style="list-style-type: none"> -Prime à l'investissement (20% du coût global plafonné à 100 DT /m²) financé par le FNME. -Autres aides financières équivalentes à 20% du montant de l'investissement accordées dans le cadre de la coopération internationale (PNUE/MIET) : <ul style="list-style-type: none"> *10% de la Surprime à l'investissement ; *8% de bonification du contrat de maintenance ; *2% de bonification du taux d'intérêt des crédits.
Mesures d'accompagnement	<ul style="list-style-type: none"> -Formation des : <ul style="list-style-type: none"> *bureaux d'études (coaching pour les premières études) ; *installateurs de stations solaires ; *responsables de maintenance des établissements bénéficiaires. -Communication et sensibilisation : <ul style="list-style-type: none"> *actions de proximité par l'assistance et conseils (études de préféabilité, estimation des coûts, temps de retour,...) et organisation de séminaires ; *communication grand public (TV, radio, presse, affichage urbain fixe et mobile...) ; *communication de proximité (point d'informations sur la maîtrise de l'énergie).

Source: Elaboration personnelle à partir de Nabil Meddeb⁴¹⁵(2008)

Peu d'hôteliers sont sensibles aux questions d'énergie et d'environnement⁴¹⁶ et ont conscience que l'environnement est la matière première de l'hôtellerie de demain. Il serait également utile que les pouvoirs publics communiquent fortement sur ce thème pour provoquer une prise de conscience. Les hôteliers, sont sensibles à l'aspect économique. Le secteur consomme beaucoup d'eau chaude sanitaire et cette consommation est concentrée sur l'été ; ce qui rend le recours au solaire thermique pertinent. Aujourd'hui les hôteliers sont appelés à être conscient de l'enjeu que revêt la maîtrise de la consommation d'eau et d'énergie et de l'impact qu'elle a sur leur compétitivité.

⁴¹³ Agence Nationale pour la Maîtrise de l'Energie.

⁴¹⁴ Centre Méditerranéen des Energies Renouvelables.

⁴¹⁵ Directeur de la communication et de la Formation : Agence Nationale pour la Maîtrise de l'Energie.

⁴¹⁶ Nous pouvons citer le groupe Accor qui a deux hôtels à Djerba. Dans le rapport d'Accor de 2006 figuraient le volume de kwh produit par les 35 hôtels tunisiens et le volume du CO2 correspondant, économisé.

Les rapports environnementaux des grandes entreprises constituent un autre motif pour les grandes chaînes hôtelières de s'intéresser aux énergies renouvelables qui tiennent à leur valorisation en bourse⁴¹⁷. Selon Tescol (2008) : *« L'une des conditions pour maîtriser les coûts est de structurer le marché : créer d'entreprises et de bureaux d'étude spécialisés et assurer un service de suivi des installations solaires »*.

- **Au niveau de l'eau, le problème reste toujours posé**

Les problèmes de l'eau qui se posent actuellement dans le monde, surtout dans les PED, en termes de rentabilité, introduisent des interrogations typiques telles que : « L'eau est-elle un bien commun ? Est-elle un bien économique privé ? Doit-on lui appliquer le principe du pollueur-payeur » ?

La nécessité de la privatisation du secteur de l'eau soutenue par la Banque Mondiale et le FMI puise sa justification dans l'augmentation relative, entre autres, à la suppression des monopoles et des prix aux effets abusifs. Le sujet reste controversé, dans la mesure où l'enjeu de la privatisation est de nature à susciter de nouvelles formes de pouvoirs et de dépendances face à un produit dont la population ne peut choisir de se passer.

Le droit humain s'opposant au bien économique, le débat engagé depuis des années est loin de se clore. Il débouche progressivement sur l'émergence de nombreuses idées : la mise à la disposition gratuite du minimum vital en eau (30 à 50 / litre/ par personne/ jour selon l'OMC), l'ajustement des tarifs en fonction du revenu ou un prix inversement proportionnel à la distance que doit parcourir une personne pour s'approvisionner en eau. Selon El Borgi (2004) : *« La privatisation ou l'introduction du principe du pollueur payeur représentent des options intéressantes dans le secteur touristique, où l'eau est un facteur de production lié à une utilisation souvent excessive et polluante compromettant la disponibilité pour les autres utilisateurs et les écosystèmes »*.

Au niveau tunisien, le gouvernement a commencé par structurer une politique d'économie de l'eau articulé sur une tarification à la consommation progressivement dissuasive et une politique de sensibilisation de l'économie d'eau. En effet, la SONEDE pratique depuis trois

⁴¹⁷ L'exemple d'Accor : chaque année, outre le rapport du commissaire aux comptes, elles doivent présenter devant l'assemblée générale un rapport environnemental.

années des campagnes d'information et de sensibilisation plus ou moins efficace. L'Etat a incité les hôteliers au dessalement de l'eau (amortissement sur 7 ans selon le directeur des statistiques à l'ONTT) et à la récupération des eaux de pluie et à les utiliser et en gérant convenablement l'eau utilisée en assurant l'épuration et le recyclage des eaux au niveau de chaque unité ou groupe d'unités hôtelières" (Agenda 21, Djerba 2004). En internalisant les coûts environnementaux dans les décisions économiques des particuliers et des entreprises, les instruments économiques (taxes et redevances, systèmes de consigne, incitations financières) offrent un moyen efficace pour encourager les pratiques de développement durable et réduire les coûts collectifs de restauration de la qualité de l'environnement. Selon l'OMT (2005) : « *Une bonne communication sur la mesure adoptée, les raisons de son adoption et les bénéfices qui doivent en résulter, est très importante pour la faire accepter et respecter* ». Les instruments économiques démontrent de nombreux avantages mais ils sont encore largement insuffisants⁴¹⁸. Ainsi, parce que se sont des instruments indirects, il est difficile d'être certain de l'effet réel attendu. C'est pourquoi ils doivent être accompagnés par des instruments volontaires.

2.4- Les instruments volontaires

Selon l'OMT (2005) : « *Les instruments volontaires consistent pour une entreprise à mettre en valeur ses efforts dans le domaine environnemental. Elles peuvent être classées en trois catégories, selon que les engagements émanent des entreprises, des pouvoirs publics ou des deux. Elles consistent à susciter l'adhésion volontaire des acteurs de l'activité touristique et des touristes à des pratiques en faveur du développement durable* ».

Ces instruments sont de plusieurs ordres. Il s'agit :

- de l'engagement des entreprises et des pouvoirs publics à fournir des rapports et des audits, fournissant des informations sur leurs activités et résultats qui permettent de renforcer les initiatives en faveur du développement durable du tourisme ;
- de la certification volontaire qui consiste à octroyer un label aux entreprises qui respectent certains critères environnementaux ou sociaux ;
- des contributions volontaires qui encouragent les entreprises touristiques mais aussi les touristes à soutenir financièrement ou par des dons en nature des initiatives de protection et de conservation ou des projets sociaux.

⁴¹⁸ Par exemple la réglementation thermique des bâtiments ne s'applique qu'aux bâtiments neufs. La rénovation thermique des logements existants n'est donc pas éligible au FMNE (AFD, 2008, p146).

2.4.1- Les outils

L'établissement de lignes directrices, de codes de conduite, la certification volontaire, les contributions volontaires et la production des rapports qui recensent les comportements acceptables et inacceptables afin d'influencer les touristes et les entreprises.

a. Directives et codes de conduite

Les codes⁴¹⁹ et directives⁴²⁰ sont des textes écrits qui exposent clairement les actions qui sont ou non adaptées ou acceptables dans des circonstances particulières. Ils peuvent être utilisés pour exercer un contrôle en encourageant tout le monde à une approche commune et de donner des conseils utiles et améliorer les performances en établissant une liste de mesures à prendre pour atteindre les objectifs⁴²¹. L'avantage de ces instruments est qu'ils sont directs et simples et qu'ils peuvent être élaborés et utilisés à peu des frais. Ils sont un moyen de définir de façon claire les attentes ou les exigences des touristes, des entreprises ou autres acteurs, sans recourir à la législation ou à la réglementation. Il y a de nombreux cas où ces dispositifs non obligatoires sont suffisants pour obtenir les approches, règles ou changements de comportement recherchés. Les gouvernements peuvent produire eux-mêmes des codes et directives ou aider des groupes d'acteurs à le faire ; ils jouent alors le rôle d'intermédiaire. Les directives peuvent être utilisées pour transmettre les orientations générales et les principaux aspects de la politique aux acteurs concernés : administrations publiques, collectivités locales, ONG, entreprises privées et organismes d'aide comme les agences et les banques d'aide au développement.

Les codes et directives destinées aux entreprises de tourisme peuvent concerner l'ensemble du pays ou certains types de lieux (notamment les aires protégées) ou de produits. Ils peuvent également être utilisés pour influencer la nature du développement de produits. Ils peuvent concerner à la fois les procédures à adopter et la nature du développement.

⁴¹⁹ Le terme « code » est généralement employé pour des courtes listes de « ce qu'il faut faire » et « ce qu'il ne faut pas faire » souvent exprimé en termes clairs.

⁴²⁰ Une « directive » ou recommandation est généralement un texte plus long détaillé qui contient davantage de conseils et d'informations sur ce qu'il convient de faire.

⁴²¹ Selon l'OMT (2005) : « *Ils peuvent être reproduits ou diffusés sous forme de documents courts sur des sites Internet, sur des panneaux et dans les médias. Mais le meilleur moyen de faire connaître les codes et d'inciter à les respecter est probablement le bouche à oreille et la distribution directe aux utilisateurs potentiels* ».

b. Production des rapports et audits

L'instauration d'un cadre pour la production de rapports sur le développement durable permettra aux entreprises et organisations de tourisme de faire connaître toutes les mesures prises pour améliorer leurs performances économiques, environnementales et sociales, ainsi que les résultats de ces mesures et les stratégies d'améliorations futures. Les rapports peuvent être établis à différents niveaux : au niveau d'une entreprise, d'une firme ou d'un ensemble d'entreprises actives dans un segment touristique particulier et au niveau régional ou national pour une destination particulière.

Pourquoi est-il important de produire des rapports sur le développement durable ? Cela permet aux chefs d'entreprise de développer leur aptitude à évaluer les progrès accomplis par rapport aux politiques et objectifs sociaux et environnementaux déclarés ; c'est aussi un instrument clé pour susciter et pérenniser l'engagement des acteurs concernés. Pour les entreprises de tourisme, cela peut être le moyen de préserver et renforcer leur crédibilité, de faire participer leurs clients, de tirer avantage de leurs succès et d'acquérir d'avantage commercial⁴²².

c. Des audits pour s'assurer de la durabilité des activités

Selon l'OMT (2005) : « *Un audit est une évaluation méthodique des systèmes et activités de l'organisation pour vérifier si elle fait effectivement ce qu'elle s'était engagée à faire* ». Il peut être utilisé comme un outil des gestions internes pour améliorer les performances des entreprises de tourisme ou s'assurer du respect des obligations légales (l'audit de diligence environnementale). Ce type d'audit doit déclencher des actions ou des mesures correctives :

- un audit peut être exigé par un tiers pour s'assurer que les conditions attachées à une aide financière ou à des autorisations sont effectivement remplies.
- les rapports de vérification annuels peuvent couvrir les performances des activités environnementales, sociales, telles qu'elles sont mises en évidence par les résultats des programmes de mesure et d'échantillonnage quantitatif périodique.

⁴²² En Ecosse, l'agence gouvernementale de la conservation a été chargée par la loi d'élaborer un Code d'observation de la faune marine écossaise qui doit inclure des lignes directrices sur les activités susceptibles de perturber la faune marine, préciser les conditions dans lesquelles la faune marine peut être approchée et la meilleure façon d'observer les espèces avec un minimum de perturbation.

Les gouvernements peuvent introduire dans la législation l'obligation d'inclure des mesures en faveur de la durabilité dans le mécanisme actuel de production de rapports d'entreprises⁴²³. La pression des investisseurs pour obtenir un tableau clair des performances de l'entreprise peut également susciter l'adoption de règlements exigeant des rapports sur le développement durable. Les gouvernements peuvent exiger des entreprises qu'elles effectuent un audit et rendent compte des résultats dans le cadre du processus de contrôle du respect des accords.⁴²⁴

d. Certification volontaire

Selon l'OMT (2005) : « *La certification est un mécanisme qui permet de garantir la conformité d'une activité ou d'un produit à certaines normes ; elle peut être définie par le gouvernement ou convenue au sein d'un secteur. Dans le secteur du tourisme, la certification sert principalement à contrôler les activités et les normes des entreprises touristiques. Mais, elle peut être élargie aux questions de durabilité* ». Les principales caractéristiques de la certification sont :

- la participation volontaire des entreprises ;
- des normes et critères bien définis ;
- un processus d'audit et d'évaluation ;
- la reconnaissance de ceux qui satisfont aux critères par un label ou un logo ;
- le suivi, en temps utile, pour contrôler la conformité permanente.

Le principal avantage de la certification est qu'elle permet d'englober au moins une partie de l'ensemble de complexe de buts et objectifs du développement durable et de distinguer clairement les entreprises qui les atteignent. Selon l'OMT (2005) : « *C'est l'un des rares moyens objectifs permettant à ceux qui souhaitent promouvoir le développement durable par leurs actions et leurs choix (par les consommateurs, les voyageurs, les gouvernements) de savoir qui soutenir* ».

⁴²³ En France, la production des rapports sur le développement durable a été rendue obligatoire en 2002 pour les grandes entreprises.

⁴²⁴ Les critères d'approbation du projet de Sydney Quarantine station en sont un exemple.

Pour les gouvernements⁴²⁵, les principaux avantages de la certification sont :

- de faire mieux connaître et d'améliorer l'image des destinations en termes de qualité et de normes environnementales ;
- d'encourager le secteur à améliorer la qualité dans des domaines déterminés ;
- de réduire potentiellement les coûts de réglementation.

Que les gouvernements participent directement ou non aux programmes de certification, leur aval officiel et leur soutien actif seront très importants pour leur réussite. S'ils en ont souvent l'initiative, ils doivent aussi continuer à soutenir les programmes qui se créent dans ce domaine. Selon l'OMT (2005) : « *L'administration responsable de la gestion d'un programme de certification doit être parfaitement impartiale et largement perçue comme telle, ainsi que compétente et efficace sur le plan technique. Dans certains pays, il peut être nécessaire que les gouvernements participent directement au processus pour que ces conditions soient respectées. Dans d'autres, il sera plus intéressant de faire appel à un organisme externe agréé par le gouvernement* ».

Cela peut prendre la forme :

- de soutien financier, au moins au départ pour la mise en place du programme;
- de promotion auprès du secteur du tourisme au niveau national et local;
- de soutien et mesures pour inciter les entreprises à adhérer au programme, par exemple la prise en charge des activités marketing;
- d'établissement d'un lien entre certification et d'autres instruments, par exemple la délivrance des permis de construire, l'octroi des concessions et les incitations économiques.

e. Ecolabel

À côté de la certification de la durabilité des entreprises touristiques et de leurs produits, il existe aussi des dispositifs de certification des destinations ou de types particuliers de structures d'accueil. Les programmes concernant la gestion de l'environnement et les performances environnementales qui correspondent à ce que l'on pourrait communément appeler un

⁴²⁵ L'OMT a produit un document intitulé « Recommendations to Governments for Supporting and /or Establishing national certification Systems for Sustainable Tourism » qui met l'accent sur le rôle des gouvernements dans l'établissement et la coordination de dispositifs multipartites de certification, donne des orientations pour définir les critères de la certification, et pour les aspects opérationnels du processus. (Source: <http://WWW.World-tourism.org/sustainable/doc/certification-gov-recomm.pdf>).

«écolabel». En 2002, une étude de l'OMT ⁴²⁶ a estimé qu'il y avait dans le monde une soixantaine de programmes de certification de ce type dans le secteur du tourisme. La plupart de ces programmes se concentrent exclusivement sur des questions d'environnement, bien que certains aient une composante sociale.

Parmi les programmes européens par exemple, la plus forte participation a été enregistrée en Ecosse, avec un taux de pénétration d'environ 10% des établissements hôteliers du pays. Les entreprises engagées dans une démarche de certification disent souvent que la dimension éducative du processus est pour elles le principal avantage : elle les aide à comprendre clairement les exigences de durabilité et à se concentrer sur ce qu'elles doivent changer dans leurs activités. Mais le respect des critères imposés par la certification a plusieurs autres avantages pour les entreprises, notamment :

- des économies de coûts : la plupart des entreprises font état d'économies manifestes, par exemple des coûts énergétiques;
- un avantage marketing potentiel : il semble encore relativement limité en ce qui concerne la certification de la viabilité environnementale ou sociale, comparé à la certification qualitative ;
- une meilleure reconnaissance des organismes d'aide, offrant notamment des possibilités d'assistance technique et parfois d'aide financière.

Un signe particulier important d'avantage potentiel futur sur le marché est l'intérêt croissant que portent certains voyagistes à la certification comme moyen de choisir leurs sous-traitants et de les inclure dans leurs catalogues de voyages, témoignant ainsi de l'intégration croissante des questions de durabilité dans leur éthique commerciale et leurs activités⁴²⁷. La comptabilité des différents programmes de certification de la durabilité est un autre facteur important pour leur reconnaissance. La confiance des consommateurs peut augmenter si les touristes se rendent compte que grâce à l'harmonisation des critères les programmes de certification mesurent tous plus ou moins les mêmes choses.

⁴²⁶ Voluntary Initiatives for Sustainable Tourism : Worldwide Inventory and Comparative Analysis of 104 Eco-l Labels, Awards and self Commitments.

⁴²⁷ La demande des clients : les tour-opérateurs allemands et autrichiens ont convoqué à Berlin toutes les grandes chaînes hôtelières et leurs ont expliqué qu'en 2012, tous les hôtels qui ne disposent pas de chauffe-eau solaires disparaîtraient de leurs catalogues.

f. Certification des destinations et des structures d'accueil

Le programme Pavillon bleu⁴²⁸ pour les plages et les ports de plaisances est un exemple de certification des destinations. Les critères à satisfaire sont notamment :

- la qualité de l'eau, en particulier le respect des normes relatives aux eaux de baignade ;
- l'éducation et la sensibilisation du public à l'environnement, par exemple des procédures pour informer les utilisateurs de la qualité de l'eau et des actions d'interprétation de l'environnement ;
- la gestion environnementale, notamment un plan de développement pour le nettoyage et la gestion des plages ;
- la sécurité et les services, par exemple des surveillants ou des équipements appropriés, l'accès au téléphone.

Le soutien et la promotion de l'initiative par le gouvernement (en particulier les collectivités locales des destinations) sont pour beaucoup dans le succès du label. Selon l'OMT (2005) : « *L'objectif de la certification de durabilité est la prise en compte de la manière dont la totalité de la destination est gérée, en termes de politiques de durabilité, d'utilisation rationnelle des ressources, de lutte contre la pollution, de services sociaux, etc* ».

g. Contributions volontaires

Selon l'OMT (2005) : « *Plusieurs études montrent que les touristes et les professionnels du tourisme sont prêts à apporter volontairement leurs concours à la conservation de l'environnement et au bien être des communautés locales des destinations* ». En outre, ces études montrent que ses acteurs seraient d'accord pour payer pour cela, à condition que les bénéfices au niveau local soient clairement identifiés. Les gouvernements peuvent néanmoins encourager et susciter les contributions volontaires en :

⁴²⁸ Un système de certification écologique volontaire ciblant les plages et les ports de plaisance répondant aux normes écologiques et aux bonnes pratiques environnementales. Ce label a été créé en 1985 par la Fondation pour l'éducation à l'environnement. En 2004, 2938 plages et ports de plaisance d'Europe, des Caraïbes et d'Afrique du Sud avaient obtenu ce label.

- instituant, soutenant et faisant connaître des dispositifs appropriés, par exemple la coordination des activités des entreprises et des touristes, comme le cas Lake District⁴²⁹
- mettant en place des institutions financières, comme des crédits d'impôts, pour les entreprises qui apportent leur concours à cette cause.

Les actions et les contributions volontaires peuvent prendre la forme d'une aide financière ou en nature. Les contributions volontaires présentent l'avantage de reposer sur la bonne volonté, l'engagement et la participation active, même s'il est probable qu'elles ne produiront pas autant de revenus qu'une taxe obligatoire. Il existe plusieurs exemples de mécanismes impliquant directement les touristes :

- les touristes sont invités à verser des dons à des projets locaux dont l'ampleur peut varier ;
- une taxe modeste que les voyagistes ou les prestataires de services ajoutant sur leurs factures et que les touristes peuvent choisir de ne pas payer;
- une aide en nature des touristes. L'offre croissante de voyages d'agrément ou d'étude avec la participation à des projets de conservation ou d'intérêt général en est un exemple.
- la contribution de touristes à des projets de séquestration du carbone (par exemple de reboisement), pour compenser les effets des émissions de gaz à effet de serre produites par les voyages.
- les entreprises de tourisme peuvent fournir des aides financières ou en nature à des projets locaux de conservation ou d'intérêt social. Il existe de nombreux exemples d'aide apportée à des projets de réserve naturelle locale, d'association locale, de services de santé ou d'écoles.

⁴²⁹ Un mécanisme structuré pour susciter des contributions volontaires, en Angleterre ils ont créé pour recueillir des contributions volontaires, il réunit 180 entreprises de tourisme qui recueillent des fonds pour la conservation du parc (ex l'entretien des sentiers et des caractéristiques du paysage) en sollicitant la contribution volontaire des visiteurs, soit par l'ajout d'un petit supplément facultatif sur les factures, soit par un appel aux dons. Les projets bénéficiaires sont souvent spécifiques à chaque membre, ce qui renforce la motivation. Les recettes collectées sont environ de 300 mille dollars par an.

Tableau 116. Types des instruments volontaires ayant impact sur le tourisme

Instruments volontaires	Exemple
Directives et codes de conduite	Les lignes directives internationales de la CDB pour le tourisme durable sont des procédures de contrôle de la planification et du développement pour évaluer les perspectives et élaborer des projets respectant les principes de durabilité dans les aires protégées.
Production des rapports	La Global Reporting Initiative (GRI) propose un ensemble de principes et d'indicateurs de performances que les entreprises peuvent utiliser à leur guise. Ils traduisent un nouveau consensus sur les pratiques de communications d'informations et visent à conférer une certaine unité aux rapports. L'instauration d'un cadre pour la production de rapports sur le développement durable permettra aux <i>entreprises</i> et <i>organisations</i> de tourisme de faire connaître toutes les mesures prises pour améliorer leurs performances économiques, environnementales et sociales, ainsi que les résultats de ces mesures et les stratégies d'améliorations futures.
Certification volontaire	Le respect des normes d'hygiène et de sécurité; la qualité des équipements et services ; la gestion de la qualité (évaluer la totalité du processus de gestion; les conditions sociales relatives au personnel et à la formation) et la gestion et les performances environnementales. (le programme ISO 14000 ou EMAS). La certification sert à contrôler les activités et les normes des entreprises touristiques. Mais, elle peut être élargie aux questions de durabilité. Les principales caractéristiques de la certification sont : la participation volontaire des entreprises ; des normes et critères bien définis ; un processus d'audit et d'évaluation ; la reconnaissance de ceux qui satisfont aux critères par un label ou un logo ; le suivi pour contrôler la conformité permanente. Des efforts d'harmonisation sont en cours en Europe (VISIT) , une famille d' écolabels européens , dont le but est d'améliorer la durabilité du tourisme européen en attirant davantage l'attention sur les labels et en améliorant leurs performances, ainsi qu'en faisant connaître les produits certifiés, chaque label porte plus particulièrement sur les impacts environnementaux des établissements (principalement hôteliers). Une norme commune a été convenue prévoyant un contrôle externe au moins une fois tous les trois ans ; l'exigence, pour toutes les entreprises, de respecter la législation nationale ; l'introduction d'un ensemble d'exigences de performances de base ; l'exigence pour les entreprises de contrôler régulièrement la consommation d'énergie et d'eau, ainsi que le volume de déchets généré par client et par nuitée ; des critères de gestion communs, notamment la formation du personnel, les questions de transparence et de promotion des dispositifs. Le programme Pavillon bleu pour les plages et les ports de plaisances.
Contribution volontaire	*la coordination des activités des entreprises et des touristes, comme le cas Lake District ⁴³⁰ ; *La contribution de touristes à des projets de séquestration du carbone (par exemple de reboisement), pour compenser les effets des émissions de gaz à effet de serre produites par les voyages. L'aide peut être une participation directe, la création ou la contribution à un fonds d'affectation spéciale. Les entreprises de tourisme et les touristes peuvent fournir des aides financières ou en nature à des projets locaux de conservation ou d'intérêt social. *De nombreuses entreprises touristiques mènent des actions de soutien direct ou sont prêtes à le faire, au titre de la responsabilité environnementale et sociale des entreprises. les gouvernements peuvent néanmoins encourager et susciter les contributions volontaires en : *Instituant, soutenant et faisant connaître des dispositifs appropriés, *Mettant en place des institutions financières, comme des crédits d'impôts, pour les entreprises qui apportent leur concours à cette cause. Il existe de nombreux exemples d'aide apportée à des projets de réserve naturelle locale, d'association locale, de services de santé ou d'écoles.

Source : Elaboration personnelle à partir du guide aux usagers (OMT, 2005)

⁴³⁰ En Angleterre, 180 entreprises de tourisme qui recueillent des fonds pour la conservation du parc (ex l'entretien des sentiers et des caractéristiques du paysage) en sollicitant la contribution volontaire des visiteurs soit par l'ajout d'un petit supplément facultatif sur les factures, soit par un appel aux dons. Les recettes collectées tournent de 300 000 dollars par an.

2.4.2- Les mesures volontaires prises par la Tunisie

Pour la gestion des ressources naturelles, la Tunisie a utilisé plusieurs instruments volontaires. Il convient de mettre l'accent sur les audits pour l'énergie et l'eau, la certification des hôteliers et notamment le programme de mise à niveau.

a. Audit énergétique sur plan

Création d'un cadre réglementaire incitant à l'amélioration des performances thermiques et énergétiques des nouvelles constructions :

- La loi n° 2004-72 du 2 août 2004 relative à la maîtrise de l'énergie : selon l'Article 5 *« Les nouveaux projets consommateurs d'énergie ainsi que les projets d'extension des établissements consommateurs d'énergie doivent être soumis avant le début de leur réalisation à l'avis de l'Agence Nationale pour la maîtrise de l'Energie prévue à l'article 17 de la présente loi et ce, en vue de s'assurer de leur efficacité énergétique. Les projets consommateurs d'énergies assujettis à la consultation préalable et les conditions de réalisation de cette consultation sont fixés par décret ».*
- Arrêté du ministère de l'industrie, de l'énergie et des petites et moyennes entreprises du 11 juin 2007, portant approbation du cahier des charges relatif à l'audit énergétique sur plan dans les secteurs du résidentiel et du territoire. Ce cahier de charges a pour principaux objectifs:
 - d'assurer de la conformité des projets de construction des bâtiments neufs aux spécifications techniques minimales, visant l'économie d'énergie, en vigueur ;
 - d'améliorer les performances thermiques de ces bâtiments pour atteindre un niveau de label meilleur ;
 - d'améliorer l'efficacité énergétique des installations techniques utilisées.

L'audit énergétique sur plan est obligatoire pour tout bâtiment neuf dont la consommation prévisionnelle d'énergie (énergie primaire) dépasse les 500 tep. Il est, aussi, volontaire (facultatif) pour la rénovation thermique des logements existants. Dans le cadre de l'audit énergétique sur plan, l'Etat a octroyé des incitations financières. Il s'agit d'aide à l'audit (50% du coût de l'audit avec un plafond de 20 000 DT) et d'aide à l'investissement (20% du coût de l'investissement avec un plafond de 100 000 DT). Les opérateurs estiment néanmoins

que ce dispositif est très complexe à mettre en œuvre, car il nécessite de demander des autorisations dont les délais d'obtention ne correspondent pas au rythme d'activité des entreprises (Agence Française de Développement, 2008).

b. Audit pour les gros consommateurs d'eau

Une étude stratégique pour la réduction de la consommation d'eau dans le secteur touristique a fait ressortir que les établissements hôteliers utilisent 22% de leurs ressources en eau pour l'irrigation, 13% pour la recharge des piscines, alors que 17% des eaux représentent des pertes. Par ailleurs et dans le cadre de son programme d'économie d'eau, la SONEDE réalise des enquêtes de suivi des établissements gros consommateurs. Ces enquêtes qui s'inscrivent dans le cadre de la stratégie nationale d'économie d'eau visent pour ce qui est du secteur touristique à réduire la consommation spécifique moyenne à 300 l/j/lit occupé en 2030 contre 513l/j/lit occupé actuellement : cette stratégie consiste à la réalisation d'opérations d'audit périodiques et obligatoires des systèmes internes d'eau des établissements touristiques gros consommateurs. Les principales défaillances constatées dans les systèmes internes d'eau à l'issue des opérations d'audit effectuées par l'AFT, concernant l'absence de plan de recollement des réseaux, la rareté des compteurs divisionnaires pour le suivi de la consommation d'eau par usage, le manque d'équipements économeurs d'eau et l'utilisation irrationnelle des ressources sous-terraines. Pour remédier à ces défaillances, un ensemble de mesures et d'actions a été défini pour l'amélioration de la gestion des ressources en eau. Il s'agit de réhabiliter les tuyauteries vétustes, l'acquisition et l'installation d'équipements économeurs d'eau et la mise en place d'un programme de sensibilisation par les différents opérateurs touristiques.

Dessalement et eaux usées : le recours au dessalement des eaux saumâtres et des eaux de mer et le traitement des eaux usées s'impose pour répondre aux besoins croissants en eau potable. La stratégie à long terme à l'horizon 2030 vise la mise à contribution des eaux provenant des ressources non conventionnelles soit aux alentours de 7%. Selon une étude de l'ONAS (2004) il s'est avéré que 76% des établissements touristiques (89 unités) avaient formulé une demande pour la réutilisation des EUT. Ces unités qui se trouvent dans les régions de Hammamet-Sud, El Kantaoui, Djerba pourraient ainsi économiser environ 1.5 million de m³ soit l'équivalent de 2.7 millions de dinars grâce à ces ressources non conventionnelles. Par ailleurs, les perspectives de l'utilisation des EUT dans le tourisme fixaient pour objectifs à l'horizon 2010 l'irrigation de 910 hectares de terrains de golf et 900 ha pour les jardins d'hôtels. Pour ce qui est du dessalement de

l'eau dans le secteur touristique, il existait 60 stations de dessalement fonctionnelles avec une capacité globale de l'ordre de 40 mille m³ par jour. D'ici 2010, l'objectif était d'installer 60 nouvelles stations dont le coût a été estimé à 40 millions de dinars (Ghederi, 2004).

c. Certification volontaire de destination et du produit

La certification dans le tourisme consistait principalement en mesures qualitatives des aménagements, en particulier de l'hébergement hôtelier. La Tunisie a un programme de ce type, débouchant souvent sur l'attribution d'étoiles qui est mis en œuvre par le gouvernement, par des administrations ou encore par des organismes privés (avec ou sans aval officiel).

Le Programme de Mise à Niveau des établissements Hôteliers (PMNH)⁴³¹ fait partie des mesures prises par la Tunisie pour améliorer la qualité auprès des tour-opérateurs. Le rôle de Commissariat du Tourisme de Djerba est de mettre en place ce nouveau système national de classification⁴³² qui repose principalement sur deux volets : une réactualisation des normes de classement de 1 à 5 étoiles qui repose à la fois sur des normes physiques et fonctionnelles (dimensions, équipements, prestations...) et sur des normes de qualité. Ce classement est obligatoire et directement contrôlé par la direction des produits de l'ONTT; un label de qualité auquel peuvent volontairement adhérer à certaines conditions les hôteliers qui le souhaitent. Ce label peut permettre des démarches d'amélioration de la qualité des hôtels. Selon l'étude de l'OMT (2005), on peut dire que les mesures prises par la Tunisie sont classiques : *« Autrefois, la certification dans le tourisme consistait principalement en mesures qualitatives des aménagements, en particulier de l'hébergement hôteliers »*.

d. Système de gestion des déchets en plastiques "Ecolef "⁴³³

Le système repose sur l'incitation à la collecte des emballages plastiques utilisés contre une somme d'argent selon le type d'emballage et la quantité. Il est mis en œuvre avec la

⁴³¹ Adopté par en Conseil ministériel, restreint le 23 juin 2004. Il concerne 45 unités.

⁴³² Cf. Arrêté des ministres du Commerce et du Tourisme, des Loisirs et de l'Artisanat du 4 février 2000, fixant les normes minimales de classement des hôtels de tourisme et les conditions d'octroi du label de qualité et de spécialisation, Ministère du tourisme, des loisirs et de l'artisanat / ONTT.

⁴³³ Système public de récupération et de valorisation des emballages en plastiques qui a été instauré par le décret n°97-1102.

collaboration des gouvernorats et des communes⁴³⁴. L'Agence Nationale de Gestion des Déchets (ANGED) fournit gratuitement les sachets en plastiques pour y mettre les déchets collectés.

e. Pavillon bleu

Dans le cadre du programme de «Pavillon Bleu»⁴³⁵ six certificats d'adhésion à l'écolabel ont été décernés aux plages de "Pénélope Magic life" à Djerba, Tabarka, Bizerte, Kélibia, Mnirat à Mahdia, et au port de plaisance de Monastir.

Au travers de cette revue, il apparaît que les initiatives volontaires telle la certification offrent des possibilités pour parvenir aux objectifs de développement durable. Nous pouvons remarquer la reconnaissance par certains entrepreneurs du secteur privé de l'importance du tourisme durable, notamment celle des codes de conduite environnementaux et sociaux, des systèmes d'éco-certification, des programmes d'audit environnemental, des systèmes de gestion environnementale et autres codes ou régime d'autorégulation régissant l'environnement naturel ou socioculturel. Ces initiatives volontaires sont, comme le terme l'indique, non pas le résultat d'un processus législatif mais plutôt des initiatives adoptées librement par ceux qui y voient un certain nombre d'avantages sur les plans économique, social et celui des relations publiques.

Cette analyse de l'état des lieux de l'environnement et des mesures prises, nous permet de dire que les principes du tourisme durable ont été largement acceptés par les acteurs du secteur touristique à Djerba⁴³⁶, mais leur application effective par le gouvernement, la région et la localité, ainsi que par les entrepreneurs du tourisme, a parfois été lente et n'a réussi que partiellement.

Pour s'en sortir un ensemble de recommandations devrait être adoptée. Leur application permettrait un développement touristique "réconcilié" avec l'environnement. Il s'agit d'une planification efficace, d'une coordination rationnelle et d'une application compétente des lois et

⁴³⁴ Subvention aux gouvernorats et aux communes, engagement de petites entreprises (surtout le mécanisme 32 du Fonds National de l'Emploi 21-21), instauration d'équipes d'ouvriers (dans les gouvernorats du district de Tunis et les gouvernorats côtiers et touristiques) et partenariat avec les entreprises de recyclage (signature de 110 conventions avec des unités de recyclage dont 95 créées par des diplômés de l'enseignement supérieur et 34 employant des handicapés).

⁴³⁵ Selon Tourismag, ces certifications ont été remises lors d'une journée d'information organisée par l'Association Tunisienne pour la Protection de la Nature et de l'Environnement (ATPNE).

⁴³⁶ Par ailleurs, l'île de Djerba propose des plans de sensibilisation et de formation au développement durable. Il s'agit, à terme, d'accompagner des **organismes volontaires** dans la réalisation d'un Agenda 21 en interne, à l'échelle d'une entreprise, d'une collectivité.

gouvernance plus constructive. Telles sont les questions importantes du développement durable du tourisme. Selon Chapoutot (2001) : « *La réussite d'un aménagement touristique dans le cadre du développement durable tient uniquement au degré de satisfaction des usagers* ». Pour cela, la participation de plusieurs acteurs à ces actions (ONG, collectivités locales, Office du Tourisme, promoteurs privés) est indispensable.

Conclusion du chapitre 4

Après avoir évalué dans ce chapitre le secteur touristique à Djerba, il est possible de proposer d'autres alternatives pour lier l'évaluation économique et l'environnement, et donc parvenir au développement durable. Des instruments de mesure et de soutien⁴³⁷ sont à mettre en œuvre :

- les indicateurs de mesure sont des aspects essentiels de planification du tourisme durable. Elles permettent la mesure des flux touristiques (et de leurs déterminants), de leurs impacts socio-économiques et de leurs effets sur l'environnement qui nécessitent la mise en place d'indicateurs adéquats. Dans le domaine socio-économique, les indicateurs doivent permettre d'évaluer dans quelle mesure le tourisme permet le développement économique (recettes touristiques, Valeur Ajoutée, emplois et amélioration des conditions de vie) en s'insérant dans le milieu et les habitudes de vie (satisfaction, accès aux ressources, etc.) et en profitant à la société locale⁴³⁸.
- les instruments de soutien permettent aux pouvoirs publics d'encourager les différents acteurs à agir d'une manière plus respectueuse vis-à-vis de l'environnement. Ces formes de soutien concernent la création et la gestion d'infrastructures (de transports et de communication, de traitement des eaux usées et des déchets, de sécurité et d'urgence), le développement des capacités (services de formation et de conseil en matière de tourisme, création de réseaux) et la promotion / information (mise en avant des entreprises respectueuses de l'environnement, information des touristes sur les bonnes pratiques, sensibilisation de la société au tourisme durable).

Chaque instrument aura une influence plus ou moins significative sur les variables (exemples : sur les prix et les dépenses pour les instruments économiques de taxation, sur les infrastructures pour les instruments de soutien, sur les impacts environnementaux pour les instruments de réglementation, sur le comportement pour les instruments d'information, sur la demande touristique pour les instruments de certification, etc.). Il apparaît que la recherche du développement durable nécessite au préalable une évaluation économique ainsi que la prise en compte des impacts environnementaux.

⁴³⁷ Les instruments qui ont été mis en place par l'OMT et le Plan Bleu (Centre d'Activités Régionales (CAR) du Plan Bleu d'Action pour la méditerranée (PAM) établi par le Programme des Nations Unies pour l'Environnement).

⁴³⁸ Voir l'annexe 14 pour plus de détail.

Ces conditions ont pour conséquence dans un premier temps d'associer les privés et les collectivités locales à l'élaboration des schémas directeurs et des plans d'aménagements. Une telle démarche constitue « un gage de meilleur insertion des projets touristiques dans la réalité environnementale, sociale, économique et locale ». Dans deuxième temps, de rétablir la confiance auprès des consommateurs et des milieux d'affaires et de développer l'assurance-qualité à travers la certification des produits. Ces stratégies vont permettre à Djerba d'offrir un tourisme diversifié, flexible et de qualité, peu affecté par la conjoncture internationale. En ce qui concerne les solutions pour que le tourisme reste un axe de développement de l'île, on peut dire que le renouvellement en profondeur de l'image de cette industrie sur les marchés émetteurs devient impératif pour permettre à ce secteur de s'autonomiser et de jouer son rôle pleinement dans le développement économique de Djerba. Selon Neffati (2004, p. 48) : « *L'image devient un facteur crucial dans le choix d'une destination. L'intégration des sites touristiques, la mise en avant de la culture, des traditions et du patrimoine permettent une réduction de l'incertitude et une meilleure appréhension de ce secteur par la population locale* ».

Conclusion générale

Pour que ces deux nouvelles formes de développement, développement local/développement durable, puissent fonctionner, elles doivent s'adapter à la diversité des territoires et des acteurs qui les composent.

Delphine ROUSSEL (2006).

Plus de décentralisation veut dire plus de démocratie.

Laurent Davezies (2008).

Au terme de cette thèse, c'est la logique de développement qui est en cause. Le secteur du tourisme, qui est devenu un pilier de l'économie de la Tunisie, fait actuellement face à plusieurs défis avec une demande plus exigeante de la part des clients et des opérateurs internationaux, la mondialisation, l'endettement et le programme d'ajustement structurel appliqué à l'économie tunisienne. Ce dernier incite à répondre aux objectifs les plus urgents en omettant de prendre en considération les durabilités dont il est question dans le secteur du tourisme.

Il est vrai que le diagnostic du tourisme tunisien montre bien que le secteur souffre à deux niveaux :

- au niveau stratégique : à partir de l'analyse des politiques de développement du secteur touristique, on a pu repérer les problèmes auxquels il est confronté. Ces problèmes sont expliqués par la gestion du secteur qui est laissée au privé sans intervention de l'Etat. Les résultats de ces stratégies : faible rentabilité de certains hôtels, voire leur fort endettement à cause de la pratique de prix bas et l'esprit de "l'affaire familiale";

- au niveau qualitatif : la recherche dans l'origine du développement du produit touristique, montre clairement l'épuisement du modèle théorique. La Tunisie proposait un modèle de loisirs qui répondait aux désirs des populations de la période fordiste. Ce produit a atteint une certaine maturité, très concentrée sur le produit balnéaire. Le faible niveau de qualité posait de multiples problèmes : ralentissement des gains de productivité ; dégradation du climat social ; concurrence de plus en plus rude. Donc le problème du tourisme tunisien est d'ordre structurel et non conjoncturel comme le pense les professionnels du tourisme. Parler de « crise » à propos des difficultés actuelles « est un abus de langage » : les déséquilibres sont structurels et non pas conjoncturels, ce qui est confirmé par la nouvelle économie (Minvielle, 2006).

Au regard des stratégies actuelles et futures mises en place par les politiques publiques, les deux facteurs essentiels pour le développement touristique sont : premièrement l'étendue du marché, donc, la priorité donnée à la quantité, et non à la qualité ; deuxièmement le faible niveau des coûts relatifs compte tenu de la faiblesse de la monnaie du pays récepteur et de l'utilisation de biens libres qui, par définition, sont sans coût ou avec un faible coût d'opportunité. Cette stratégie a un effet négatif pour la pérennité à long terme du secteur (durabilité). Il nous est alors apparu opportun de rechercher une nouvelle dynamique de développement.

L'évaluation économique et environnementale de Djerba nous montre bien que la politique touristique pour ce territoire est "productiviste" afin de résoudre le problème du chômage et le phénomène d'émigration. Le tourisme est considéré comme un outil qui permet au planificateur de contenir une population. L'établissement d'un complexe hôtelier assure des emplois et une rentabilisation de l'artisanat et du commerce traditionnel. Dans la perspective d'une telle idéologie, une région comme Djerba est fatalement condamnée à être « perdante » si la politique menée dans ce secteur n'est pas basée sur deux axes :

- la maximisation de la contribution positive et créative du tourisme aux économies locales, à la conservation du patrimoine naturel et culturel et à la qualité de la vie des populations d'accueil et des visiteurs ;
- la minimisation des impacts négatifs du tourisme sur la société et l'environnement.

Comme le préconise Gy-Jaabiri (1998, cité par Bernard p. 129) : « *La croissance du tourisme devra être au service du développement économique et social de l'île si on tient à ne pas l'exploiter seulement comme un gisement minier par des intervenants dont les bureaux centraux se trouvent à plusieurs centaines ou milliers de kilomètres des lieux d'exploitation. Par-là même, le tourisme devra jouer un rôle moteur dans l'économie de l'île* ».

Toutefois, faute de mieux, nous pouvons croire que pour une région aussi déshéritée que Djerba l'expérience du tourisme reste valable à condition qu'elle s'appuie sur les outils suivants :

- une évaluation économique : l'étude présentée repose sur la mise en place d'une méthodologie permettant de quantifier de manière fiable et scientifique la place et la contribution du tourisme dans l'économie, avec pour perpétuel horizon de constituer un outil réutilisable

destiné d'abord à éclairer la politique publique de ce secteur. En effet, la connaissance de la répartition de la valeur ajoutée permet de déterminer le poids économique des différentes catégories et elle peut devenir un outil d'orientation des choix locaux de développement du tourisme en favorisant les activités les plus créatrices de richesse et génératrices de main d'œuvre (par exemple le transport aérien, les guides touristiques...), ensuite, de sensibiliser les populations aux enjeux du tourisme, comme facteur de développement économique. Le tourisme par son ampleur et son emprise sur l'économie doit être considéré comme un enjeu de société que chaque acteur concerné doit tenter de maîtriser ;

- une évaluation environnementale qui a pour but de dresser un état des lieux de l'environnement de l'île (bande côtière et états des eaux, du sol...), à partir de laquelle on a pu mettre en relief l'absence d'un suivi des réglementations et des mesures (malgré un plan d'aménagement et une politique en matière de construction hôtelière) pour réduire les effets de la spéculation foncière et de la gourmandise des promoteurs et ses conséquences néfastes sur l'environnement qui se conclut par une dépréciation des sites (érosion des plages, pollution...) et des paysages à l'origine de la croissance touristique.

Au terme de cette réflexion, nous ressentons la nécessité d'une nouvelle logique de développement. Mais comment la rendre opérationnelle et efficace dans une région dont l'économie est fortement dépendante des ressources naturelles? Selon Pierre Nardin : « *Par analogie, le projet global de développement local ne peut prendre force, pérennité, équilibre que s'il est traversé par une onde continue qui est celle d'un projet politique, d'un projet de société solidaire et responsable* ».

Le développement n'est pas seulement une affaire d'expansion économique. Comment peut-on parler de développement s'il ne favorise pas l'épanouissement des individus? « *Il faut renoncer à la priorité de la croissance, rechercher d'autres modèles [...] et repenser la solidarité en ré-encadrant en partie l'économie dans le social* » (Cérézuelle, 1996). Les valeurs spirituelles et culturelles ne devraient-elles pas inspirer tout projet de développement ? «Développer autrement», doit devenir le leitmotiv de ce nouveau modèle de développement. Ceci suppose au préalable que l'État reconnaisse les avantages globaux des localités à problèmes et veuille bien y consacrer une juste part de ses ressources. On aura beau reconnaître aux communautés un droit d'intervention en matière de développement économique, ce droit restera un vœu pieux s'il n'est pas assorti de moyens de correction vraiment efficaces et décisifs.

Les résidents de Djerba devraient alors faire preuve de créativité et d'innovation. À plusieurs endroits, des succès sont enregistrés, des initiatives percent les résistances. Ces initiatives laissent entrevoir l'émergence d'une « nouvelle économie », une économie qui cherche à mettre en valeur les ressources naturelles et humaines du milieu touristique. Les ressources naturelles et patrimoniales, principales richesses de Djerba, nous apparaissent autant de créneaux particulièrement porteurs d'espoir sur le marché de la nouvelle économie. Malheureusement, la mise en valeur de ces deux ressources se heurte à des obstacles d'organisation et de financement.

En ce qui concerne l'organisation : une intervention énergique de l'État en vue de rééquilibrer la distribution spatiale de l'appareil de production et de consommation est devenue nécessaire. Seule une répartition équitable aux niveaux économique, social et politique sera garante d'un développement vertueux des localités. Un renouveau de la politique d'aménagement du territoire et la décentralisation sont alors souhaitables. Ces deux composantes constituent les bases d'un développement local. Cette nouvelle stratégie nécessite une valorisation touristique d'un territoire, qui a pour objectif de transférer les pouvoirs décisionnels auprès des collectivités locales. Peut être la situation nouvelle créée par "la révolution de jasmin" permettra aux diverses instances gouvernementales de parvenir à cet objectif.

Concernant le problème financier, il faut tout d'abord que les impôts soient affectés, c'est-à-dire que les recettes générées soient réservées à des utilisations spécifiques au lieu d'être versées aux fonds publics. C'est pourquoi, il doit y avoir concertation entre les différents acteurs impliqués dans le développement socio-économique de l'île. Car on ne peut prétendre faire du développement si l'État et les intervenants locaux ne deviennent pas de véritables partenaires. Les différents wagons d'un train ne doivent-ils pas être tirés par une même locomotive ?

Ensuite, cette locomotive, pour qu'elle puisse engendrer du développement, doit être munie d'un engin suffisamment puissant. En outre, elle doit être supportée par un réseau ferroviaire en excellente condition. Or, l'exploitation des ressources naturelles, qui constitue la pierre angulaire de l'économie djerbienne, n'est peut-être pas assez puissante pour assurer le démarrage des localités défavorisées. Mais ne serait-ce pas une idéologie axée uniquement sur la productivité et la rentabilité qui constitue l'obstacle majeur à leur développement ?

Enfin, il faut attirer plus de promoteurs étrangers pour résoudre la problématique de compétitivité et de rentabilité associée aux facteurs de capital. La rénovation et l'aménagement

des stations balnéaires pourraient s'appuyer sur une ouverture de l'immobilier commercial, ainsi qu'un meilleur accès aux capitaux étrangers et au savoir-faire en termes de projets. Encourager l'ouverture de la part des aménageurs et des hôteliers tunisiens aux normes, aux innovations en matière de conception, et aux mécanismes de financement utilisés à l'étranger.

Ce faisant, nous arriverons à réaliser les objectifs suivants :

- la satisfaction du maximum de clientèle (sans oublier les autochtones) dans le cadre d'entreprises attractives et compétitives et dans un environnement naturel ou transformé par l'homme et protégé par des stratégies appropriées (par exemple plus de touristes sous réserve d'un plafond, séjournant plus longtemps et dépensant davantage...) ;
- l'aménagement du territoire respectueux de l'environnement ;
- la participation des différents acteurs intervenant dans l'île afin d'assurer le concours de toutes les aptitudes disponibles qui peuvent contribuer en fonction de leurs compétences et selon leurs sensibilités.

Ces objectifs peuvent être considérés comme l'un des moyens de parvenir à l'objectif global du développement durable par le respect de l'équilibre de la trilogie société-économie-environnement. Et, comme le dit De la Grange (2001) : « *Quand le tourisme fait l'objet d'une gestion et d'une planification adaptée, il engendre des bénéfices importants pour une destination notamment en termes d'emplois et d'aménagements du territoire* ».

Bibliographie

ABITBOL A., 1990, *Le tourisme tunisien : quel avenir ?*, Revue l'Economiste Maghrébin n°3.

ABITBOL A., 1979, *Le tourisme comme vecteur de développement : cas de la Tunisie*, Thèse de doctorat, Université de la Sorbonne.

AGENCE DE PROTECTION ET D'AMENAGEMENT DU LITTORAL., 1999, *Zone sensible de Ras Remel à Djerba*, SCET-Tunisie, Juin.

AGENCE JAPONAISE DE COOPERATION INTERNATIONALE., 2000, *Développement du tourisme en Tunisie à l'horizon 2016, Conditions de valorisations écologiques et sahariennes*, MTLA.

AIGINGER K., 1997, *La compétitivité des entreprises, des régions et des pays*, Revue de politique économique.

A.K., 1991, *Non au bradage*, Editorial, Revue Information Touristique, Mars, n°154, 3 p.

ALAOUI A., 1986, *Le tourisme international en Tunisie : développement, compétitivité dans l'espace méditerranéen, bilan et stratégie alternative*, Thèse de doctorat, Aix-Marseille.

ARTUS P., DANIEL C., 1998, *Partage de la valeur ajoutée*, La documentation Française.

Association de Sauvegarde de l'île de Djerba., 1998, *Eternelle Djerba*. 94 p.

Association de Sauvegarde de l'île de Djerba., 1997, *Pour un développement durable de l'île de Djerba*, Agenda 21, 45 p.

Association de Sauvegarde de l'île de Djerba., 2000, *Dossiers technique et administratif pour la création d'aires spécialement protégées dans l'île de Djerba*, 80 p.

AYARI C., 1969, *L'industrialisation et le plein emploi*, Centre d'Etudes et de Recherches Economiques et Sociales (C.E.R.E.S), n°20.

AYDALOT P., 1985, *Economie Régionale et Urbaine*, Economica, 487 p.

BABA A-S., 2001, *Planification de l'écotourisme au Niger*, Mémoire de D.E.S.S, Université de Carthage, Tunis.

BALAGUER J, CANTAVELL-JORDA M., 2002, *Tourism as a long-run Growth Factor: the Spanish case*, Applied Economics, 34, No.7, pp. 877-884.

BANQUE MONDIALE., 2002, *Stratégie de développement touristique en Tunisie, Rapport de phase 1*, UP'Management-KPMG THL Consulting-JC Consultants.

BANQUE MONDIALE., 1990, *L'Aide de l'Etat au secteur touristique*.

BARRE R., BLARDONE G., 1994, *Nouveaux aspects des échanges internationaux : Globalisation et régionalisation*, Epargne Eds De L'.

BATES S., DOKOUI S., POGNON O., 2007, *Evaluation de l'avantage macroéconomique net du tourisme : analyse coûts-bénéfices de recettes touristiques internationales*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°1, pp. 79-96.

BELHEDI A., 1997, *Développement régional, rural et local*, Cahiers du CERES, série géographie, n°17, 351 p.

BELVEZET J-P., 1998, *Estimation de l'emploi dans le tourisme*, Mémoire de stage de contrôleur. Service statistique, Division Emploi, République française, 33 p.

BEN JERAD M., SKRAFI M., 1992, *La gestion publique du secteur touristique en Tunisie*, Mémoire de maîtrise, Faculté des Sciences Economiques de Gestion de Sfax.

BENSAHEL L., DONSIMONI M., 2001, *Le tourisme, facteur de développement local*, Collection «Débats», 109 p.

BENOIT G., COMEAU A., 1998, *Les perspectives du Plan Bleu sur l'environnement et le développement*, Dossier de presse Méditerranée.

BEN OTHMAN S., 1971, *Etude préliminaire sur l'ichtyologie du sud tunisien*, Rapp. Comm.int.Mer Méd. 20 (3) : 443-444.

BERNARD E., 2002, *Djerba, tourisme international et nouvelles logiques migratoires*, Revue Européenne des Migrations Internationales, Volume 18, Numéro 1.

BERNARD E., 2001, *Djerba : impact des mutations engendrées par l'implantation d'un pôle touristique sur une île tournée vers l'émigration internationale*, Mémoire de maîtrise, Université de Poitiers, 141 p.

BERRIANE M., POPP H., 1998, *Migrations internationales entre le Maghreb et l'Europe : les effets sur les pays de destination et d'origine*, Passau : Actes du colloque Maroc-allemand de Munchen, pp. 181-186.

BLANC J-M., GLORIEUX R., 1998, *Les retombées économiques d'un projet touristique*, synthèse du rapport réalisé pour l'agence française de l'Ingénierie Touristique, EDF et l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie, 41 p.

BODLENDER J-A., 1987, *An examination of tourism incentives*, London, Haworth and Haworth.

BONCOEUR J., 1995, *Calcul des emplois induits par les activités économiques liées à la rade de Brest : un exemple d'application de la méthode élémentaire de la Base*. CEDEM, Université de Bretagne Occidentale, Faculté de Droit et des Sciences Economiques, 12 p.

BOSTNAVARON F., 1996, *Les voyageurs de l'hexagone sont condamnés à se regrouper*, le Monde, le 5 juin.

- BOUBAKRI H., 1985, *Le petit commerce immigré du Sud Tunisien à Paris : Espace, fonctionnement social et impact sur les régions natales*, Université Louis Pasteur de Strasbourg, Thèse de doctorat, 299 p.
- BOUBAKRI H., 1990, *Les réinvestissements en Tunisie des revenus des commerçants du Sud Tunisien en France*. In Simon Gildas (Dir), *Les effets des migrations internationales sur les pays d'origine : le cas du Maghreb*, Paris : SEDES, 222 p.
- BOUDHIBA A., 1976, *Impact du tourisme sur les valeurs et croyances traditionnelles en Tunisie*. Séminaire Conjoint UNESCO/BIRD, 20 p.
- BOURGOU M., 1993, *L'impact des mutations socio-économiques récentes à Djerba et sur le milieu naturel*, Revue tunisienne de géographie, n°23-24, pp. 69-86.
- BOYER M., 1999, *Histoire du tourisme de masse*, PUF édit, Collection « Que sais-je? ».
- BOYER R., 2004, *Théorie de la régulation*, La découverte, Collection Repères.
- BRIQUET-LAUGHIER J-C., 2004, *Le rôle de l'Etat dans un modèle d'application du tourisme durable dans la restauration du rôle de l'Etat dans la croissance et le développement économique*, eds. C, Publisud, Paris, pp. 193-229.
- BRIQUET-LAUGHIER J-C., 2009, *Le tourisme durable dans les pays méditerranéens : état des lieux et niveau cadre d'analyse*, Communication pour le cinquième colloque international, Hammamet (Tunisie).
- BRUGNES ROMIEU M-P., 1966, *Investissements Industriels et développement en Tunisie*, Série Sciences Economiques n°1, CERES, Tunis.
- CACCOMO J-L, SOLONANDRASANA B., 2003, *L'innovation dans l'industrie touristique : Enjeux et stratégies*, Collection Tourisme et Sociétés, 156 p.
- CAHU P., 2009, *Surplus distribuable et partage de la valeur ajoutée en France*, Economie et Prévision, n°190-191, pp. 179-186.
- CALLON M., 1991, *Réseaux technico-économiques et irréversibilité*, Paris, Edition de l'EHESS, pp. 195-230.
- CANTANZANO J., THEBAUD O., 1995, *Le littoral pour une approche de la régulation des conflits d'usage*, Institut Océanographie, Ifremer.
- CAPO J., FONT A-R., NADAL J-R., 2007, *Dutch Disease in tourism Economics: evidence from the Balearics and the Canary Islands*, Journal of sustainable Tourism, vol.15, n°6, pp. 615-627.
- CARRE H., PAVOT C., 1998, *L'apport des notions de réseau et de patrimoine à l'analyse des dynamiques territoriales, Rôle du patrimoine dans la dynamique de territoire*, Colloque ATM-C.R.E.R.I, Université de Toulon et du Var.
- CAZES G., 1983, *Le tourisme international en Thaïlande et Tunisie. Les impacts et les risques d'un développement mal maîtrisé*, Travaux de l'Institut de Géographie de Reims, n°53-54, 154 p.

- CAZES G., 1989, *Les nouvelles colonies de vacances? Le tourisme international à la conquête du tiers monde*, Paris, l'Harmattan.
- CAZES G., 1992, *Tourisme et tiers Monde : un bilan controversé*, Editions l'Harmattan, Collection tourisme et sociétés, 207 p.
- CEREZUELLE D., 1996, *Pour un autre développement social : Au-delà des formalismes techniques et économiques*, Sociologie Economique, Descellé de Brouwer.
- CHABBI M., 1994, *Plan directeur d'urbanisme de Djerba et Zarzis*, Rapport de diagnostic, Phase I, A.S.S.I.D.J, 214 p.
- CHABBI M., 1995, *Schéma directeur d'urbanisme de Djerba et Zarzis*. Rapport de diagnostic, Phase II., A.S.S.I.D.J.
- CHAKER N., 1984, *Planification et aménagement touristique en Tunisie*, Thèse de doctorat, Université d'Aix-Marseille.
- CHAPOUTOT J-M., 1995, *Etude de cas : Djerba-Tunisie*, Plan Bleu, pp. 206-217.
- CHAPOUTOT J-M., 1990, *Tourisme-Alternative à l'aménagement en Tunisie*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°4.
- CHAPOUTOT J-M., *Le tourisme et la conservation des espaces naturels*, A.F.T, Tunisie.
- CHARBIT Y.H., POINARD M.A., 1997, *Le va et vient identitaire. Migrants Portugais et villages d'origine*, Paris : PUF, INED, Cahiers de l'INED n°140, 144 p.
- CHASSANDE P., 2002, *Développement durable*, Aix en Provence : Ed. Edisud
- CHELLI T., 1975, Monde diplomatique, n°261, décembre.
- CHRAIET N., 2008, *L'hôtellerie tunisienne : dans l'attente d'une faillite pour réagir?* <http://www.attariq.org/spip.php?article87>.
- COHEN D., 2006, *Trois leçons sur la société post-industrielle*, La République des Idées. 91 p.
- Commission Européenne., 2009, *MEDSTAT II: Etude pilote « Eau et Tourisme »*, EUROMED édition, 42 p.
- COUDRET P., DONNET F., et PERNET J., 2007, *Le tourisme : Enjeux et perspectives*, Revue Entreprises et Histoire, Editions ESKA.
- CUVELIER P., 2000, *La fin des modèles fordiste*, Revue Espaces n° 177.
- CUVELIER P., 1998, *Ancienne et nouvelle formes de tourisme, une approche socio-économique*, Tourisme et société, l'Harmattan.
- CUVELLIER P., GADREY J et TORRES E., 1994, *Patrimoine, modèles de tourisme et développement local*, l'Harmattan.

- DABAT M- H., 2000, *Analyse économique du développement durable du littoral : application au cas de la méditerranée française*, Université Montpellier I.
- DAVEZIES L., 2008, *La république et ses territoires, La circulation invisible des richesses*, La République des Idées, Seuil.
- DECAMPS M., VICARD F., 2010, *Mesurer le développement durable : jeux d'indicateurs et enjeux locaux*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°4, pp. 749-772.
- DEFOURNY F., 2003, *La Convergence Régionale dans l'Union Européenne. Le rôle des Fonds Structurels*, Maîtrise en Sciences Economiques, Université de Liège.
- DE KADT E., 1979, *Tourism: Passport to Development? Perspectives on the Social and Cultural Effects of Tourism in Developing Countries*, New York, Oxford University Press.
- DEPREST F., 1997, *Enquête sur le tourisme de masse, l'écologie face au territoire*, Paris, Belin, 207 p.
- DIAZ A., 1965, *On the import intensity of import substitution*, KYKLOS, vol. 18.
- DIMASSI H., 1977, «Texte ronéotypé», travaux dirigés de 4^{ème} année, Faculté des Sciences économiques, Tunis.
- Direction de Développement et d'Aménagement., 1974, *La région de Djerba-Zarsis, Perspectives de développement et d'aménagement*.
- DJELALI S., 1986, *L'évolution récente de l'île de Djerba*. In ASSIDJE, Actes du colloque sur l'histoire de Djerba (Avril 1982), Institut Nationale d'Archéologie et d'Art, Tunis, 197 p.
- DRIBEK A., 2003, *L'impact socio-économique des ports du Nord-Ouest Atlantique (P.N.O.A) : cas du port de Brest*, Mémoire de DEA Economie et Politique Maritime, Université de Bretagne Occidentale.
- ECHEVIN C, LE MONNIER J., 1996, *Les effets comparés du tourisme hôtelier et de l'agro-tourisme sur l'économie d'une petite région : le cas du Vercors et du Livradois-Forez*, Institut d'Etudes Politiques de Grenoble CERAT-IEP, 70 p.
- ECHEVIN C., GERBAUX F., 1999, *L'impact économique local du tourisme rural*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°2, pp. 295-316.
- EL-BORGI A., 2004, *Essai sur l'économie des réformes des politiques durables dans le secteur de l'eau en Tunisie*, Thèse en économie, Université de Paris I-Panthéon.
- ENGLISH E.P., 1986, *The great Escape? An examination of North-South Tourism*. Ottawa/North South Institute, 89 p.
- ERBES R., 1973, *Tourisme international et économie des pays en voie de développement*, OCDE.

FABRE P., 1980, *Tourisme international et projets touristiques dans les pays en développement*, Méthodologie de planification, Ministère de la Coopération, République française.

FEDERATION DES PARCS REGIONAUX DE FRANCE., 1997, La charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés, http://www.parcs-naturels-regionaux.tm.fr/upload/doc_telechargement/CharteTourismeDurable.pdf.

FELIX D., 1968, *The dilemma of import substitution*, ed. Papanek Harward University Press.

FERRARI S., 1994, *Environnement naturel et activités touristiques en milieu insulaire tropical : quelles orientations pour un développement durable ?* Faculté de Droit et des Sciences Economiques et Politiques, Université de La Réunion, France, pp. 8-18.

FETINI H., 1981, *Recherche sur les deux modèles coopératifs et d'import 1960-1970, effets et rôle dans la restructuration de l'économie tunisienne post coloniale*, Thèse de doctorat, Aix-Marseille II, 428 p.

FLYVBJERG B., HOLM M-S., BUHL S-L., 2005, "How (In) accurate are Demand Forecasts in Public Works Projects? The Case of Transportation", *Journal of the American Planning Association*, vol. 71, no 2, pp. 131-146.

FRANCES P., 1992, *Les vacanciers se mettent au vert*, Le Monde.

FROCHOT I., LEGOHEREL P., 2007, *Le Marketing du tourisme*, Paris, Dunod.

GABSZEWICZ J., 1994, *La concurrence imparfaite*, Repères, La découverte, 121 p.

GERBAUX F., 2000, *Le développement touristique local entre régulations sectorielles et gestion territoriale, Le tourisme, facteur de développement local*, Collection Grands Débats, pp. 71-87.

GHABRI A., 1983, *Les déterminants de l'état de santé en Tunisie : Tendances sur deux décennies et disparités*, Thèse de doctorat, Université d'Aix-Marseille II.

GHACHEM L., 1999, *Tourisme : les enjeux pour les pays de développement*, *Revue Afrique Economie* n°294, pp. 32-33.

GHALI N., 2002, *Tourisme tunisien et tour-opérateurs européens : un bilan controversé*, *Revue Tunisienne de géographie*, n°34.

GORGEU Y., JENKINS C., GENTIL A., 1997, *La charte de territoire : une démarche pour un projet de Développement Durable*, Documentation française.

GOURIJA S., 2007, *Tourisme et développement durable : quelles conjugaisons ? Expérience du Maroc*, Thèse de doctorat, Université du littoral Cote d'Opale.

GREVIN E., 1937, *Djerba. L'île heureuse et le Sud tunisien*, éd, Stock, Paris.

GROUPE HUIT., 1967, « *Villes et développement* », Ministère de l'économie nationale, Tunis, pp.188-209.

GUNDUZ L, HATEMI J-A., 2005, *Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey?* Applied Economics, Letters 12, pp. 499-504.

GY-JABARI D., 1998, *L'implantation et l'impact de l'environnement naturel d'une zone touristique : le cas de l'île de Djerba (Tunisie)*, Mémoire de maîtrise, Université Paris VII Denis Diderot, Paris, 147 p.

GY-JABARI D., 1999, *Migrations, tourisme et développement local à Djerba (Tunisie)*, Mémoire de DEA, Université de Poitiers, UFR Sciences Humaines et ARTS, 108 p.

HADJ SALAM H., 2004, *L'impact des accords de partenariat entre la Tunisie et l'Union Européenne sur l'économie tunisienne : une évaluation à l'aide d'un équilibre général calculable*, Thèse de doctorat, Université du Maine.

HEYTENS J., 1974, *Les effets du tourisme dans les pays en voie de développement : implications économiques, financières et sociales*, Université d'Aix-Marseille, Série C, n°26.

HOFFMANN H., 1971, *L'industrie touristique : une chance pour les pays en voie de développement*, Espaces, vol 5.

HOULOT A., 1974, *Tourisme et environnement : la recherche d'un équilibre*, Monde Arabe.

IBRAHIM W., 1995, *Plaidoyer pour un tourisme durable*, L'économiste Maghrébin, n°124, pp. 34-35.

INFORMATION TOURISTIQUE., 1991, *Un million de Tunisiens vivent du tourisme*, mars, n°154, pp. 21-22.

INSEE., 1996, *Une méthodologie pour calculer l'emploi touristique salaire*, Document de travail, Direction des Statistiques d'Entreprises, 67 p.

INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE., 2006, *Données statistiques pour le gouvernorat de Médenine*, Annuaire Statistique de la Tunisie

INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE., 2005, *Les Recensements de 2004*.

INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE., 1967, *Recensements généraux de la population de 1956 et de 1966*.

JACQUEMIN A., TULKENS H., 1996, *Fondements d'économie politique*, De Boeck, Bruxelles, 2^e édition, pp. 213-215.

JEDIDI M., 1990, *L'expansion du tourisme en Tunisie et ses problèmes*, Revue Tunisienne de Géographie, n° 18.

JOMNI M-R., 1981, *La contribution du tourisme dans le développement d'une économie régionale : le cas de Djerba-Zarzis*, Thèse de doctorat, Université Aix-Marseille.

JUDET P., 1970, *La Tunisie : 1956-1970 de l'indépendance politique à l'indépendance économique*, Université des sciences sociales, Institut de recherche économique et de planification, Département industrialisation et développement.

KASSAH A., 1997, *Les mouvements migratoires et leurs effets sur l'île de Djerba*. In BERRIANE Mohamed, POPP Herbert, Migrations internationales entre le Maghreb et l'Europe : les effets sur les pays de destination et d'origine. Passau 1998 : Actes du colloque maroco-allemand de Munchen. pp. 181-186.

KASSAH A., 2000, *Expansion touristique et réorganisation territoriale dans l'île de Djerba*, Colloque : connaissance et pratique des milieux et territoires Tunis 9-11 mars, pp. 1-12.

KASSAH A., 2005, *Tourisme et développement régional : bilan et perspectives*, Publications IRD, CERES et IRA, pp. 291-301.

KOOTKE M., 1988, "Estimating economic impacts of tourism", *Annals of tourism research*, vol.15, n°1, pp. 122-33.

KOTLER P., KELLER K-L., DUBOIS B., MONCEAU D., 2006, *Marketing Management*, Pearson Education, 12^e édition.

KROMM C., 2007, *Evaluer les retombées d'un projet*, Collection «Jeune auteurs», 79 p.

KRUGMAN P., 1994, *Competitiveness: A Dangerous Obsession*, Foreign Affairs, pp. 28-44.

LABBE C., 1975, *Le modèle de l'enseignement en Tunisie et sa réponse à l'intégration du pays dans la D.I.T. et sa conformité aux impulsions reçus à l'étranger*, Thèse de doctorat, Université de Grenoble.

LAFAY G., 1999, *Comprendre la mondialisation*, 3^{ème} Edition, Economica.

LANQUAR R., 1983, *L'économie du tourisme*, Que sais-je ? Presse Universitaire de France.

LA ROCHEFOUCAULD B., 2002, *L'économie du Tourisme*, Rosny-Sous-Bois, Bréal édition, 285 p.

LA TRIBUNE., 2011, *L'empire économique des Trabelsi et Ben Ali menacé*, <http://www.latribune.fr/actualites/economie/international/20110118trib000593005/tunisie-l-empire-economique-des-trabelsi-et-ben-ali-menace.html>.

L'ECONOMISTE MAGHREBIN., 1990, *Tourisme tunisien : quel avenir?*, Table ronde, Dossier, n°4.

LE MONDE., 2011, *WikiLeaks : Corruption en Tunisie*, « Ce qui est à vous est à moi ». http://www.lemonde.fr/documents-wikileaks/article/2011/01/15/wikileaks-corruption-en-tunisie-ce-qui-est-a-vous-est-a-moi_1465990_1446239.html.

LEON A, SAUVIN T., 2005, *De l'économie internationale à l'économie globale*, Ellipses.

MARMUSE C., 1996, *Politique Générale, Langages, Intelligence, Modèles et choix stratégiques*, 2ème édition, Economica, 646 p.

MHENNI H., 2002, *Qualité de l'environnement et développement économique : le cas de la Tunisie*, ISEE Tunisie, Environnement & développement.

MINISTERE DU PLAN., 1984, *L'évolution de la population et de l'emploi 1984-2001*, Plan directeur d'urbanisme de Djerba, Rapport de problématique, Tunis.

MINISTERE DU TOURISME., 2006, *Programme de Mise à Niveau des établissements Hôtelières (PMNH)*, République Tunisienne, 16 p.

MINISTERE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE., 2002, *Tourisme Durable « Comité Tourisme Durable »*, Rapport Définitif, République Tunisienne, 48 p.

MINISTERE DU DEVELOPPEMENT ET DE COOPERATION INTERNATIONALE., 2007, *Développement économique et social en Tunisie (2007-2011)*, <http://www.investintunisia.tn/document/351.pdf>

MINVIELLE J-P., 2005, *Développement durable et tourisme : paradigmes disciplinaires*, Colloque international : Tourisme et développement en Afrique, Regards croisés entre scientifique, professionnels, acteurs institutionnels, Carthage, Tunisie.

MIOSSEC J-M., 1997, *Le tourisme en Tunisie : acteurs et enjeux*, Bulletin de l'Association de Géographes Français, pp. 56-69.

MIOSSEC J-M., 1996, *Le tourisme en Tunisie : un pays en développement dans l'espace touristique international*, Thèse de Doctorat d'Etat, Université de Tours, 1 333 p.

MIOSSEC J-M, PASKOFF R., 1979, *L'érosion des plages dans le sud tunisien : exemples à Djerba et Zarzis*, Revue Tunisienne de Géographie, n°2, pp. 137-155.

MIOSSEC J-M., 1976, *Croissance et environnement à Djerba*, Bulletin de l'association des Géographes Français, pp. 435-436.

MIOSSEC J-M., 1973, *Le décollage du tourisme en Tunisie*, I.T.R.E.S, Centre d'Etudes du Tourisme, Série B, N° 20, Université d'Aix-Marseille.

MISSIONS ECONOMIQUES., 2006, *L'hôtellerie et la restauration en Tunisie, Fiche de synthèse*, Ambassade de France en Tunisie, 4 p.

MOKADEM M., 2002, *La privatisation est elle un moyen de promotion des investissements : cas de la Tunisie*, 10ème Assemblée générale « l'Afrique dans le nouveau millénaire » Kampala, 8-12 décembre.

MORRISON C., TALBI B., 1992, *La croissance de l'économie Tunisienne en longue période*, OCDE, Série « Croissance à long terme » 147 p.

MUSSARD S., PHILIPPE B., 2010, *Une évaluation du rôle des déterminants du partage de la valeur ajoutée*, Economie et Prévision, n 192, pp. 99-119.

MZABI H., 1988, *La Tunisie du Sud-est, géographie d'une région fragile, marginale et dépendante*, Faculté de Sciences humaines et Sociale de Tunis, série géographiques, Thèse de Doctorat d'Etat en Sciences Humaines et sociales, 685 p.

MZABI H., 1978, *La croissance urbaine accélérée à Djerba et ses conséquences sur la vie de relation avec l'Extérieur*, Faculté des Lettres et Sciences Humaines de Tunis, série géographie, vol. 7, 178 p.

MZABI H., 1976, *L'emploi et les investissements touristiques à Djerba*, Revue Tunisienne de Géographie n°2, pp. 111-134.

NATIONS UNIES, 1992, *Agenda 21*, Rio Déclaration, Forest principles.

NARDIN P., 1997, *Articulation du développement local à la société globale, Rebâtir les campagnes*, Communication présentée à l'occasion du Premier rendez-vous des acteurs de développement local en milieu rural tenu à Saint-Germain-de-Kamouraska.

NEFFATI H, MOLLET M., 2004, *Economie du Tourisme : Quels acteurs ? Pour quel développement ? Le cas tunisien à la lumière de l'exemple hongrois*, Mondes en Développement, vol. 32, n°125, pp. 33-49.

NESSICA Y., 2006, *Le patrimoine, outil de développement régional*, <http://www.urbanag.net/document.php?id=54>

NIFLE R., 2005, *Le tourisme des valeurs*, Espaces 232, Décembre.

NIJKAMP P., RIVETVELD P., VOOGD H., 1990, *Multicriteria evaluation in physical planning*, Elsevier Science publishers, Amsterdam, The Netherlands.

OFFICE NATIONALE DU TOURISME TUNISIEN., 2008, *Etude financière de l'hôtellerie tunisienne : Années 2005-2006*, Direction des Etudes.

OFFICE NATIONALE DU TOURISME TUNISIEN., 2005, *Le tourisme en chiffres, Rapport annuel*, République Tunisienne, Ministère du Tourisme.

OFFICE NATIONALE DU TOURISME TUNISIEN., 2006, *Le tourisme en chiffres, Rapport annuel*, République Tunisienne, Ministère du Tourisme.

ORGANISATION MONDIAL DU TOURISME., 2004, *Indicators of Sustainable Development for tourism destinations*, A Guidbook.

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME., 2006, *Vers un Tourisme Durable-Guide à l'usage des décideurs*, http://www.ecotourisme.info/media/com_form2content/documents/c2/a21/f21/Tourisme%20Durable%20decideurs%20PNUE-OMT.pdf

ORLOWSKI D., 1982, *Die internatioanle Wettbewerbsfahigkeit einer*, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.

ORTEGA Y, GASSET J., 1961, *La révolte des masses*, traduit de l'espagnol par Louis Parrot, Paris, Stock.

OTHMANI N., 1991, *Le tourisme peut-il être un créneau de développement pour la Tunisie*, Mémoire de Maîtrise, Faculté des sciences économiques et de Gestion de Sfax.

PAM/PNUE., 1994, Chapitre XXXXI : *Gestion d'un tourisme compatible et avec le développement durable*, La Conférence Ministérielle de Tunis sur le développement durable en Méditerranée Agenda Med 21 1^{er} Novembre, Tunis-Tunisie.

PARRUCINI M., 1994, *Applying multiple criteria for decision to environmental management*, ECSC, EAEC, Brussels and Luxembourg, Netherlands printed.

PERON F., 1993, *Des îles et des hommes*, Rennes : Edition Ouest-France, 287 p.

PIZMAN A., MILLMAN A., 1993, *Dimensions of tourist satisfaction with a destination*, Annals of Tourism Research n °5, pp. 314-322.

POIRIER R., 1995, *Tourism and development in Tunisia*, Annals of Tourism Research, vol. 22, n°1, pp. 157-171.

PONCET J., 1974, *La Tunisie, à la recherche de son avenir*, Éd Sociales, 1974.

POLEZE M., SHEARMUR R., 2009, *Economie urbaine et Régionale. Introduction à la géographie régionale*, Economica, 438 p.

PORTER M., 1996, *L'avantage concurrentiel, Comment devancer ses concurrents et maintenir ses avances*, Inter Éditions, 646 p.

PRAUSSELLO F., 2006, *Comment le tourisme peut-il aider au développement*, Université de Gène, Département des sciences économiques et financière, 20 p.

PRIGENT L., 2001, *Valeur d'usage et valeur de non-usage d'un patrimoine : une application de la méthode d'évaluation contingente au Mont-Saint-Michel*, Thèse de doctorat, Université Bretagne Occidentale.

PRIGENT L., ALBAN F., 2004, *Le développement d'un signal sur le marché du tourisme : efficacité et limites*, Revue Economie Appliquée, tome LVII, n° 3, pp. 187-199.

PY P., 1996, *Le tourisme un phénomène économique*, Paris, La Documentation française.

RALLET A., 1995, *Libéralisation de l'économie, problématique de développement régional et routines institutionnelles : le cas de la Tunisie*, in Région et développement, l'Harmattan.

Rapport Fitch., 2004,

www.tunisieaffaire.com/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=1902

REGNAULT H., 1985, *Disparités régionales et stratégie de développement : le cas tunisien*, Revue d'Economie Régionale et Urbaine n°2, pp. 289-303.

RICHTER L-K., WAUGHJR W-L., 1993, "Terrorism and tourism as logical companions", Managing Tourism.

ROUSSEL D., 2006, *Tourisme et développement local : Expérience de la Réunion*, Thèse de doctorat, Université du Littoral Cote d'Opale.

ROY B., 1985, *Méthodologie multicritère d'aide à la décision*, Paris, Economica.

SABOURIN V., 2000, *L'industrie touristique, Stratégie Concurrentielle des Entreprises*, Collection du tourisme, 142 p.

SAFRA M., 1983, *Investissement et productivité en Tunisie* in Revue tunisienne d'économie n°1, pp. 37-39.

SAHLI M., 1989, *Analyse théorique et critique des PAS du FMI : le cas tunisien*, Mémoire de DEA, EHESS, Paris VI.

SAHLI M., 1999, *Tourisme et spécialisation internationale*, Thèse de doctorat, Université de Paris I Panthéon-Sorbonne.

SAHLI M., 2004, *Le tourisme tunisien entre incertitudes et mutations*, L'économiste Maghrébin n° 364, pp. 28-36.

SALMON J.M, CELIMENE F., 1995, *Croissance à long terme et chômage structurel dans les petites économies insulaires en développement* » in Région et développement, l'Harmattan.

SAMSON-GUEGUEN E., 2001, *Tourisme et développement rural : un essai de mesure de l'impact du tourisme à l'échelle de quelques zones d'emploi en Bretagne*, Mémoire pour l'obtention d'économiste C.N.A.M en économie agroalimentaire, Conservatoire national des arts et métiers centre régional associé de Rennes, 123 p.

SAUVIN T., 2005, *La compétitivité de l'entreprise, l'obsession de la firme allégée*, Ellipses.

SAUVIN T., 1986, *Nouvelles relations Etat-Marché dans les pays du Maghreb, L'ajustement structurel et après ?* Economies en Développement, pp. 95-110.

SCEMAMA C., 1999, *La bataille de Djerba*, L'Express, 22 juillet.
http://www.lexpress.fr/informations/la-bataille-de-djerba_634417.html

SECRETARIAT D'ETAT AU PLAN ET AUX FINANCES., 1961, *Perspectives décennales de développement 1962-1971*, Tunis, 245 p.

SEN A., 2000, "The Discipline of Cost-Benefit Analysis", Journal of Legal Studies, University of Chicago Press, vol. 29 (2), pp. 931-952.

- SERROR S., 1996, *Comment réorienter le tourisme tunisien d'un tourisme de masse vers un tourisme plus qualitative et plus culturel ?*, Mémoire de DESS de gestion européenne et internationale, Université Paris Panthéon Sorbonne.
- SETHOM N., 1992, *L'industrie et le tourisme en Tunisie : étude de géographie du développement*, Thèse de Doctorat d'Etat, Faculté des sciences humaines et sociales, Tunis.
- SOUISSI M., 2007, *Le tourisme international en Tunisie : vers de nouvelles formes et réorganisation de l'espace touristique*, Thèse de doctorat, Université Paris-Sorbonne Paris IV.
- STABLO R., 1940, *Les Djerbiens, une communauté arabo-berbère dans une île de l'Afrique Française*, Tunis, 164 p.
- STRATEGOR., 1991, *Stratégie, structure, décision, identité*, Paris, Inter Editions.
- SUNTUM U., 1986, *Internationale Wettbewerbsfähigkeit einer Volkswirtschaft*, Zeitschrift für Wirtschafts-und Sozialwissenschaften, vol.106 (5).
- THOMAS F., 2003, *La rente touristique*, thèse en vue de l'obtention du Doctorat en Sciences économiques, Université de Nice-Sophia Antipolis.
- TLATLI S-E., 1967, *L'île de Lotophages*, Tunis, CERES Productions, 192 p.
- TOIGO M., 1994, *Emigration, développement et dépendance : Le cas de la Tunisie*, Migration et Société, n°32, pp. 60-89.
- URI P., 1971, *Rapport sur la capacité concurrentielle de la CEE*, Luxembourg.
- URRY J., 1990, *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in contemporary societies*, SAGE Publications, London.
- VAN HOUTS D., 1984, *International tourism to developing countries: Tunisia*, Studies and Documents of the International Documentation, Centre "Georges Dopagne", 15 p.
- VANHOVE N., 1975, *Le multiplicateur touristique : critiques*, Faculté des Sciences Economiques, Université d'Aix-Marseille, Série C : N°29, 24 p.
- VARIAN H-R., 1995, *Analyse microéconomique*, De Boeck.
- VELLAS F., 2002, *Economie et politique du tourisme international*, Paris, Economica, 308 p.
- VELLAS F., CAUET J-M., 1997, *Le tourisme et les îles*, l'Harmattan.
- VERNON R., 1966, *International investment and international trade in the product cycle*, Quarterly Journal of Economics.
- WIENER D., CHERVEL M., 1992, *Le calcul économique de projet par la méthode des effets*, Ministère de Relations Extérieures, Coopération et Développement, La Documentation française.

YAMOUN M., 1971, *L'industrie touristique et ses implications socio-économiques à Djerba*, Mémoire de Maîtrise, Université Paris VIII, 103 p.

ZAIANE-GHALIA S., 2002, *Tourisme et loisirs dans les parcs nationaux tunisiens : L'exemple du parc national de l'Ichkeul*, Thèse de doctorat, Université Aix-Marseille 1.

ZAOUAL H., 2000, *Le site et l'organisation en économie du développement*, Canadian Journal of Development Studies, Université d'Ottawa, n°2, Volume XXI, Juin, pp. 295-321.

ZIN J., 2002, *Alternatives locales à la globalisation marchande*,
<http://jeanzin.fr/ecorevo/grit/altern.htm>

ZOUARI S., 1987, *Origine et mécanique de l'endettement extérieur des pays en voie de développement : le cas de la Tunisie*, Thèse de doctorat, Paris II.

ANNEXES

Annexe 1. Liste des hôtels à Djerba (3*, 4* et 5*)

Nom de l'Hôtel	Catégorie	Capacité
Alizés	3*	140
ATHENEE	5*	566
HASDARAUBAL PRESTIGE	5*	484
JERBA HOLIDAYJERBA SUN	4*	532
PALM BEACH PALACE	5*	546
THERME	4*	128
ULYSSE	5*	528
VILLA AZUR	3*	32
ABIR	3*	369
ALADIN	3*	678
ALDIANA	4*	600
ATLANTIDE	4*	828
AZOURA	4*	220
BOUGAINVILLIERS	3*	192
CASTILLE	4*	546
CEDRIANA	3*	345
CESAR	5*	224
DAHLIA	4*	598
EL KANTARA	5*	622
FIESTA	4*	570
HASDRUBAL	5*	430
HELIOS	4*	620
ILIADÉ	4*	632
JASMINA THALASSA	5*	48
JERBA PALACE	4*	486
KARTHAGO	4*	888
MARIQUEEN	4*	200
MEHARI	3*	600
MENINX	3*	534
EL MENZEL	4*	1262
NARJESS	3*	722
NEREIDES	3*	314
PALAIS D'ILE	4*	922
PALM AZUR	3*	652
PALMA JERBA	3*	600
PARK HOTEL	3*	64
PENELOPE	4*	598
PLAZA	4*	630
QUATRE SAISONS	3*	700
RAIS HOTEL	3*	140
ROYAL GARDEN	5*	600
RYM BEACH	3*	724
SANGHO VILLAGE	3*	586
SARAYA	3*	64
SIDI MANSOUR	4*	580
SIDI SLIM	3*	417
YADIS	5*	676
YATI BEACH	3*	666
Total	48	24103

Source : Commissariat du tourisme de Djerba (2008).

Annexe 2. Questionnaire adressé au directeur de l'Office National de Tourisme Tunisien

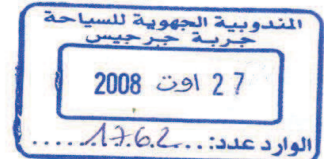
Abderraouf Dribek
Chaffar Nakta 3044
Mahares Sfax

23.29.16.55

Djerba, le 20 Juillet 2008

Objet : Enquête « l'impact du tourisme sur l'île de Djerba ».

Monsieur le directeur de l'Office de Tourisme,



Je sollicite votre collaboration dans le cadre de la finalisation d'un travail de recherche que je conduis depuis plusieurs années au sein de deux laboratoires universitaires : l'UMR-AMURE (centre de recherche de droit et d'économie de la mer) de Brest en France et le centre de recherche Monnaie, Développement et Infrastructure (MODEVI) à Sfax en Tunisie.

En complément aux approches à dominantes géographiques et historiques de l'île de Djerba, une analyse économique devrait être menée.

Mes objectifs sont d'une part de définir, délimiter et caractériser la zone de Djerba des points de vue des usages économiques et sociaux, marchands et non marchands, qui la différencie des autres territoires et d'autre part de mesurer les avantages associés à la valorisation de l'espace littoral.

Ces objectifs m'ont amené à chercher une méthodologie pour évaluer l'impact socioéconomique de l'activité de tourisme sur l'île de Djerba.

Je vous assure de la confidentialité des réponses que vous pourrez apporter à ce questionnaire. Les données seront soit agrégées au niveau de la zone littorale, soit elles apparaîtront individuellement mais pas de façon nominative. Par ailleurs, je m'engage à vous faire parvenir une synthèse des résultats de mon travail dans les derniers mois.

Veuillez accepter toute ma gratitude pour les quelques instants que vous ou vos collaborateurs aurez passés pour répondre à ce questionnaire.

Respectueuses salutations

Abderraouf Dribek
Doctorant UMR-AMURE -MODEVI

UMR- AMURE
(centre de droit et d'économie de la mer)

P.O. *Abderraouf Dribek*

CEDEM - UBO
Centre de Droit et d'Economie de la Mer
12 rue de Kergoat - Bât. B
C.S. 93837
29238 BREST Cedex 3 - FRANCE



Centre de la recherche Monnaie,
Développement e Infrastructure (MODEVI)

Annexe 3. Questionnaire adressé aux directeurs des hôtels

TUNISIE

REPUBLIQUE TUNISIENNE
OFFICE NATIONAL
DU TOURISME TUNISIEN
COMMISSARIAT REGIONAL
AU TOURISME DE DJERBA

Jerba, le

27 AOUT 2008

MBY / SK N° 1230 CRTJ

A

Mr les directeurs d'hôtels

OBJET : Enquête "l'impact du tourisme sur l'Ile de Djerba "

Nous avons l'honneur de vous informer que Mr Abderraouf Dribek du centre de recherche de droit et d'économie de la mer (L'UMR-AMURE) de Brest en France et le centre de recherche: Monnaie, développement et infrastructure (MODEVI) à Sfax en Tunisie mène une enquête sur " l'impact du tourisme sur l'Ile de Djerba" auprès des hôteliers de l'Ile dont l'objectif est de chercher une méthodologie pour évaluer l'impact socioéconomique de l'activité de Tourisme sur L'Ile de Djerba.

A cet effet, nous vous prions de lui fournir l'aide nécessaire, afin de bien accomplir sa mission.

Salutations distinguées.



LE COMMISSAIRE REGIONAL AU TOURISME
DE DJERBA ET DU SUD-EST

MOHAMED ESSAYEM

231

Copie pour information à Mr le Président de la F.R.H.S.E

Standard : 75 650 016 / 75 650 544 : الموزع
Informations : 75 622 666 : الارشادات
Fax: 75 650 581 : الفاكس
E mail: crtd.onft@email.tn : البريد الإلكتروني

Annexe 4. Questionnaire pour les entreprises liées directement à l'activité touristique
(Hôtels, Cafés, Restaurants)

Renseignements confidentiels

I- Identification de l'entreprise :

Nom de l'entreprise :

Nom et fonction de la personne ayant répondu :

Adresse :

Téléphone :

Fax :

Email :

Site Internet

1. Description détaillée de l'activité principale :

Code APE

2. Quelle est votre situation commerciale ?

- Indépendant ☐
- Chaîne ☐
- Autre (précisez) ☐

3. Quel est le nombre de place de votre établissement en restauration ?

4. Quel est le nombre d'équivalents-lits de votre établissement ?

5. Vous avez une activité (cochez la case correspondante) :

- de débit de boissons sans restauration ou hôtellerie
- de débit de boissons et/ ou restauration
- d'hôtellerie- restauration avec ou sans débit de boissons
- d'hôtellerie seulement

6. Si vous avez une activité d'hôtellerie et de restauration, quelle est la part des chiffres d'affaires réalisée :

- en restauration
- en hôtellerie

7. Avez-vous une clientèle de touristes ?

- Oui
- Non

II- L'activité touristique

1. Emploi : Quels ont été les effectifs nécessaires pour l'année 2005-2006 ?

- ...salariés à temps plein.....
- ...salariés à temps partiel (environ $\frac{1}{4}$ de temps).....
-salariés à temps partiel (environ $\frac{1}{2}$ de temps).....
- ...salariés à temps partiel (environ $\frac{3}{4}$ de temps).....
- ... saisonniers à temps plein (2 à 8 semaines).....
- ... saisonniers à temps plein (9 à 16 semaines).....
- ...saisonniers à temps plein (16 à 24 semaines).....
- ... saisonniers à temps partiel (entre 80 et 200 heures).....
- ... saisonniers à temps partiel (entre 200 et 500 heures).....
- saisonniers à temps partiel (plus de 500 heures).....

2. CA- VA- EBE

	2005	2006
Chiffre d'Affaire net		
+ Production stockée		
+Production Immobilisée		
-Achats de marchandises (Droits de douanes compris)		
-Variations du Stock de marchandise		
-achats de matières premières		
- autres achats		
= Valeur Ajoutée Brute		
+ subvention d'exploitation		
- impôts, taxes et versements assimilés		
- salaires et traitements		
- charges sociales		
= Excédent Brut d'Exploitation		

3. RENSEIGNEMENTS DIVERS :

Consommation intermédiaire de l'entreprise*		2005	2006
Nature des principaux produits :			
Pétrole et gaz:	%		
Produits de l'industrie agro-alimentaire	%		
Produits agricoles et pêche	%		
Transport et télécommunication	%		
Autres services marchands	%		

* renseignements prioritaires

4. propositions pour développer le secteur touristique

-
-
-
-
-

Annexe 5. Questionnaire pour les administrations liées à l'activité touristique

Renseignements confidentiels

Nom de l'entreprise : Etablissement ou agence : Adresse : Téléphone : Nom et fonction de la personne répondant au questionnaire :	Site internet :
--	------------------------

- Effectif de l'administration en 2005 :
- Effectif de l'administration lié à la présence de tourisme pour l'année 2005 :
- Budget et fonctionnement en 2005 :

Annexe 6. Questionnaire pour les entreprises liées indirectement à l'activité touristique

Renseignements confidentiels

Nom de l'entreprise :
Etablissement ou agence :
Adresse
Téléphone **Site internet**
Nom et fonction de la personne répondant au questionnaire

Activité principale :
Code APE
Principaux
Effectif en 2005 :
Effectif en 2006 :

Soldes de gestion souhaitée : CA, CAE, VA, EBE

Calcul de la valeur ajoutée et de l'excédent brut d'exploitation (à partir des données comptables figurant sur les comptes de résultat 2005 et 2006).

	2005	2006
Chiffre d'affaire net		
+ Production stockée		
+ Production Immobilisée		
- Achats de marchandises (Droits de douanes compris)		
- Variations du Stock de marchandise		
- achats de matières premières		
- autres achats		
= Valeur ajoutée Brute		
+ subvention d'exploitation		
- impôts, taxes et versements assimilés		
- salaires et traitements		
- charges sociales		
= Excédent Brut d'exploitation		

- Quelle part de votre activité (en %) estimez-vous en relation avec l'activité touristique ?

Annexe 7. Liste des hotels de Djerba et Zarzis

LISTE DES HOTELS DE DJERBA ET ZARZIS					21/08/2008
Nom d'hotel	cat	cap	Tel		Fax
<u>Houmt Souk</u>					
ALIZES <i>Crépuscule</i>	3*	140	75 759 154		75 759 155
ABOUNAWAS (Tarchoun)	4*	598	75 757 022 //		75 757 700
ATHENEE (Youssef)	(5*)	566	75 757 600		75 757 601/602
BAVARIA BEACH	2*	58	75 759 090		75 759 095
BEAU RIVAGE	PF	30	75 758 730/75 757 730		75 758 123
BEAU SEJOUR	PF	26	75 757 368		75 757 367
BEN ABBAS	AH	88	75 650 128		
DAR ALI	PF	30	75 758 671		75 758 045
DAR EDHIAFA	3*	30	75 671 166/167/169		75 670 793
DAR EL BHAR	3*	46	75 757 350/349		75 757 360
DAR FAIZA	1*	48	75 650 083		75 651 763
DAR SALEM	3*	47	75 757 667/668		75 757 677
DUNES	3*	140	75 759 002/75 758 922/924		75 758 949
EL ARICHA	NC	40	75 650 384		75 653 945
EL MACHREK	2*	70	75 653 155/156		75 653 157
ERRIADH	1*	58	75 650 756		75 652 691
ESSALEM	NC	62	75 651 029		75 651 029
GRAND BLEU (Cousin)	3*	44	75 623 926/75 620 090		75 623 925
HADJI	1*	92	75 650 630/421		75 621 409
HAROUN	3*	172	75 758 500/561/562/563/564		75 758 501
HASDRUBAL PRESTIGE	(5*)	484	75 759 259		75 759 260
JAZIRA (Jamil) Direction	3*	550	75 758 860/859/869/873		75 758 872
JERBA HOLIDAY (El Haj Salah)	4*	532	75 758 177 //		75 758 192
JERBA SUN (DGA - Raah)	3*	626	75 758 758		75 758 008
LAROUSSA	NC	124	75 650 788		
LOTOS	NC	40	75 650 026		75 651 127
MARHALA	NC	120	75 650 146		75 653 317
NOZHA-JERBA	1*	58	75 650 381/448		75 620 758
ORIENT	3*	56	75 757 440		75 757 174
PALM BEACH (CORALIA) (3-4)	4*	562	75 757 404/717/714 3 Rénov/kh		75 757 410
PALM BEACH PALACE //	(5*)	546	75 757 777		75 758 888
PALMES D OR	2*	32	75 653 369/370		75 653 368
PETIT PALAIS (CEZAR)	3*	140	75 758 233/234		75 758 046
RELAIS	PF	20	75 652 891		75 652 891
RODES <i>Not standing 4*</i>	AH	200	75 757 300 ouvert ?		758 595
SABLE D OR	NC	22	75 650 423		
SINDBAD	NC	50	75 650 047		75 652 602
SIRENES (Fethi Boufemi)	3*	592	75 757 266/403		75 757 267
STRAND	1*	170	75 757 255		75 757 014
TELEMAQUE (Khélil + Tourm)	3*	414	75 758 736/737/738/739		75 757821
THERME (Annan)	4*	128	75 757 751 //		75 757 759
ULYSSE Mathieu Raim <i>Sanct</i>	(5*)	528	75 758 777		75 757 850
VILLA AZUR	3*	32	75 757 257/258		75 758 129

Suite

Midoun					21/08/2008
ABIR	3*	369	75 732 500/501		75 732 509
ABOUNAW GOLF	4*	500	75 746 910	//	75 746 918
ALADIN (Walid Dircelou / Alaad chouchane p. fining)	3*	678	75 750 180 /181/182/183		75 750 184
ALDIANA(Diana Rimel) AGEH prep	4*	600	75 745 500	Ken's KÉCHAOU //	75 745 513
ANDALOUS	2*	44	75 732 068/069		75 732 087
ATLANTIDE (ex Robinson) (Salim Nahli)	4*	828	75 730 622	//	75 730 625
AZOURIA	4*	220	75 731 122/143	//	75 731 162
BOUGAINVILLIERS X	3*	192	75 745 692/693/688		75 745 685
CASTILLE	4*	564	75 751 100	Tarek MRABET //	75 751 400
CEDRIANA	3*	345	75 731 557/75 733 501		75 731 553
CESAR (Abdeslam Sekri)	5*	224	75 732 600/725		75 731 635
DAHLIA	4*	598	75 745 181/191	//	75 745 805
DAR TAOUFIK	2*	50	75 757 741/742		75 757 146
DAR EL MANARA	AH	340	75 745 221/222/215/216		75 746 788
DAR JERBA (marmara) Ahmed (chef technique)	4*			//	75 746 775/778
	3*	2629	75 745 181/191		75 746 805
	2*				
DAR MIDOUN(MAGIC LIFE)	4*	562	75 731 717	//	75 731 818 Pas d'accès
DAR SOUFIANE	AH	48	75 731 670/75 732 314		75 732 315
DIAR YASSINE (Pas d'inscription)	3*	132	75 730 920/75 732 952		75 730 921
DIVA	3*	661	75 750 760/670		75 750 766
DOUCE (club Ned)	VV	1235	75 750 471/479		75 750 488
EL KANTRA	5*	622	75 751 200		75 751 300
FIDEL (club Ned)	VV	1200	75 750 715/719/720/743		75 746 850
FIESTA ni Neddi	4*	570	75 758 009/209	//	75 757 459
GARDEN PARK	3*	623	75 750 981/983/984		75 750 800
GOLF BEACH Ahf Nassabi	3*	496	75 750750/069		75 750 751
HASDRUBAL	5*	430	75 730 655/654/659		75 730 730
HELIOS ni Houshine Zayed	4*	620	75 745 110	//	75 746 749
HOMERE	AH	300	75 750 222		75 750 555
ISIS ni la zher	3*	494	75 732 800/801/802		75 732 806
ILIADÉ Naher ben Ayed	4*	632	75 745 450	//	75 745 410
J MIDOUN	2*	71	75 730 006/140		75 730 093
J PARADISE	AH	44	75 750 200/224		75 750 220
J BEACH	3*	500	75 731 200/819/820/822		75 730 357
JASMINAO	3*	402	75 731 740		75 730 747
JASMINA THALASSA	5*	48	75 733 633		75 733 650
JERBA PALACE	4*	486	75 732 600/725	//	75 731 635
KARTHAGO Zouhair Ben Hamam	4*	888	75 751 000	//	75 751 050
KSAR JERBA	3*	268	75 732 060		75 733 780
LELA HADHRIA	2*	632	75 746 974/034/75 745 132		75 746 033
MARIQUEEN Ou yahn	4*	200	75 730 352/418/419	//	75 730 040
MEHARI Abdelhamid chef Teut Kachel	3*	600	75 745 238/239/240		75 746 952
MENINX (pas Rachel) Dinchi	3*	534	75 732 051		75 733 167
EL MENZEL (de la mort)	4*	1262	75 750 300	//	75 750 490/496
NARJESS	3*	722			
NEREIDES (ni Adel chef technique)	3*	314	75 732 435/494/738		75 731 552

Suite

NOMADE	VV	1188	75 746 840/841/845	75 746 850	21/08/2008
PACHA	PF	18	75 730 446/75 731 827	75 731 171	
PALAIS D ILES	4*	922	75 732 444/446 Hammadi //	75 730 363	
PALM AZUR <i>Yassin chef tech.</i>	3*	652	75 750 700 Tethi Tabech.	75 750 710	
PALMA JERBA(CARIBEEN WORLD) <i>Tarchouna Directeur technique</i>	3*	600	75 750 830	75 750 833	
PARK HOTEL	3*	64	75 732 725	75 731 635	
PENELOPE <i>Brahim D.T</i>	4*	598	75 731 454/455/456 // Argoubi Ay	75 732 594	original
PLAZA <i>Fethi Sgaier</i>	4*	630	75 731 230 (red Adalich) //	75 730 229	Gesint
QUATRE SAISONS <i>chef d'entretien</i>	3*	700	75 731 313	75 731 590	
RAIS HOTEL	3*	140	75 750 850/852/853	75 750 851	
ROYAL GARDEN <i>Nourredine Bayoumi</i>	5*	600	75 745 777/765	75 745 769	
RYM BEACH <i>(Nehem Ben Ismaïel)</i>	3*	724	75 745 614	75 745 073/75 747 472	
A H SAID	AH	96	75 746 688/814	75 745 310	
SANGHO VILLAGE <i>Hbib Pire Aguin</i>	3*	586	75 750 314/503/75 751 502	75 750 194	
SARAYA	3*	64	75 733 360	75 730 114	
SIDI ALI	VV	150	75 750 455	75 657 222	
SIDI MANSOUR (DRISS) <i>Indreke a 14 Km</i>	4*	580	75 745 555 //	75 746 666	
SIDI SLIM	3*	417	75 750 450	75 750 449	
YADIS <i>YaKoub Directeur technique</i>	5*	676	75 747 235/410/411	75 747 223	
YATI BEACH <i>Jomien (Technique)</i>	3*	666	75 746 650	75 745 425	
YESMINE(dar jerba) <i>Aimed</i>	3*	604	75 745 181/191		
ZAHRA(dar jerba) <i>Directeur technique</i>	2*	705	75 745 181/191 *		
Zarzis					
AMIRA	NC	22			
BELLE VUE	PF	38	75 707 455/454/453	75 707 452	
DIANA	3*	388	75 706 706	75 705 095	
EDEN STAR	4*	450	75 706 333	75 706 334	
GIKTIS	3*	684	75 705 800	75 705 002	
NOZHA- BEACH	2*	52	75 694 593	75 694 335	
OASIS OMARIT	3*	844	75 705 770	75 705 685	
ODYSSE	4*	722	75 705 705	75 705 190	
OLIVIER	NC	20			
SAFIRA PALMA	4*	550	75 706 996/960	75 706 966	
SAHAR	NC	40			
SANGHO VILLAGE	3*	722	75 705 124	75 705 715	
STATION	NC	51			
SULTANA	PF	20	75 705 115	75 705 167	
TINES	PF	20	75 712 658/738	75 712 658	
ZARZIS HOTEL	3*	594	75 706 160	75 706 282	
ZEPHIR	4*	576	75 706 780	75 706 771	
ZITA	4*	1352	75 694 246	75 706 600	
ZYEN	2*	26	75 706 630	75 706 629	

Annexe 8. Qualification professionnel du personnel hôtelier

A- Direction et cadres supérieurs

- *Directeurs*
- *Chefs de services :*
 - *Chef de la réception*
 - *Chef de personnel*
 - *Directeur du restaurant ou maître d'hôtel*
 - *Chef de Bar*
 - *Gouvernante ou chef valet*
- *Secrétaire de direction*
- *Comptable*

B- Cadres moyens

- *Chef de lingerie*
- *Econome*
- *Administration*
 - *Contrôleur*
 - *Main courantier*
- *Cuisine :*
 - *Second chef*
 - *Pâtissier etc...*
- *Restaurants : chefs de rang*
- *Réceptionnaires*

C- Personnel subalterne :

- *Commis de bar*
- *Femmes de chambre et valets*
- *Lingerie (laveurs, couturières)*
- *Commis de rang et commis de cuisine*
- *Dactylo*
- *Chauffeurs*
- *Jardiniers*
- *Services d'entretien*

D- Apprentis (stagiaires)

Annexe 9. Modèle abrégé d'un schéma de compte satellite du tourisme

A/ Méthodologie

- **définitions des concepts**
 - tourisme
 - catégories de voyages
 - motifs de voyages
 - et activités touristiques
- **Grandeurs économiques caractéristiques du tourisme**
 - dépenses touristiques
 - recettes touristiques
 - comptes du tourisme :
 - compte de production du tourisme
 - consommations intermédiaires du tourisme
 - compte d'exploitation
 - emplois et revenu du tourisme
 - balance de paiements de tourisme

B/ Le secteur touristique et ses emplois

- la branche hôtels et restaurants
- les recensements des établissements touristiques par le Ministère chargé du tourisme
- les activités connexes du tourisme
- les emplois liés au tourisme :
 - emplois directs du tourisme
 - emplois totaux du tourisme (indirects et para-touristique)

C/ Evaluation économique du tourisme

- La production et la valeur ajoutée des entreprises touristiques
- Les principales consommations intermédiaires
- La balance de paiements
 - **le solde du « poste » voyages**
 - **le solde net du tourisme international réceptif**
 - 1- Les importations et les rapatriements de salaires par les hôtels, restaurateurs et agences de voyages
 - 2- Les importations sur les autres dépenses des touristes internationaux
 - 3- Le solde net de la balance des paiements du tourisme réceptif

D/ Le coût global et le financement de la politique nationale de développement touristique

- **le coût global du financement de la politique touristique**
- **les financements possibles**
 - des déclarations d'intention (coopération et institution internationales)
 - Les sources de financement (projets touristiques, infrastructures, promotion, formation professionnelle, stages, assistance technique, sensibilisation, équipements de l'administration, fonds et taxes touristiques...)

E/ Les projections d'activités touristiques et retombées économiques et sociales

- **les projections d'activités touristiques**
- **les projections économiques et sociales**
 - **les données de calcul**
 - **les résultats**
 - 1- La production et la valeur ajoutée
 - 2- Les consommations intermédiaires
 - 3- Les impôts
 - 4- Les recettes du tourisme international
 - 5- Les emplois et les revenus

Source : Elaboration Politique nationale du tourisme du Bénin/STI & Afrique Etudes 1996.

Annexe 10. Différentes méthodes de calcul de la valeur ajoutée

STATUT DE L'ENTREPRISE	METHODE DE CALCUL DE LA VALEUR AJOUTEE
Entreprise industrielle ou commerciale	<p>VA = Production – Consommations Intermédiaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Production = Vente de marchandises + Vente de biens et services + Production stockée + Production immobilisée • Consommations intermédiaires = Achats de marchandises +/- Variations de stocks de marchandises + Achats de matières premières +/- Variations de stock de matières premières + Autres charges externes.
Secteur public : production non marchande des services publics	<p>VA = Masse Salariale + Valeur Locative des Bâtiments + Dépenses de fonctionnements.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La valeur locative est égale au nombre de mètres carrés multiplié par le prix du mètre carré à l'année.
Professions libérales	VA = Honoraires, Chiffre d'affaires - Achats de Biens et Services

Source : Recherche personnelle.

Annexe 11.(a) Tableau des données et des ratios financiers des hôtels tunisiens

	2005
Chiffre d'affaires moyen à la nuitée	53.400
Charge de personnel /nuitée	15.000
Coût direct d'exploitation	28.300
Coût direct d'exploitation en % de CA	53 %
RBE à la nuitée	10.150
RBE en % du CA	19 %
Charges d'amortissement	12.800
Charges d'amortissement en % du CA	24 %
Charges financières à la nuitée en dinars	10.700
Charges financières en % du CA	20 %
RBE / Charges financières	95 %
Impôt Direct en % du CA	0.4 %

Source : Direction des Etudes (ONTT. mai 2008).

(b) Tableau des indicateurs de calcul de la Valeur Ajoutée

	2005
CA HT	370980266.4
Frais personnels	104207940
Impôt direct	1483921
RBE	70486250
VAHT	133478282.5

Source : Directions des Etudes (ONTT, 2008), Calcul personnel.

Annexe 12. Liste des fournisseurs

ACTIVITE	NOM DU FOURNISSEUR	ADRESSE
AGENCEMENT ET REPARATION EN INOX	AIS	ROUTE DE PHARE KM1 MIDOUN 4116
AGRICULTEUR BASILIC, SOJA ET MENTHE FRAICHE	BOURGUIBA	ARCO MIDOUN 4116
ALIMENTATION GENERALE	PROMOGRO	HOUMT SOUK JERBA 4180
ALIMENTATION GENERALE	CJM	MIDOUN 4116 JERBA
ALIMENTATION GENERALE	SAGIEM	11 AV ALI BELHOUANE 4116 MIDOUN
ALIMENTATION GENERALE	AZIZI HADDOUG	HOUMT SOUK JERBA
ANIMATION DECOR ET COLTILLON	ETS BAKALTI BECHIR	HOUMT SOUK JERBA 4180
ARCHITECTE	TAREK ARCH	HOUMT SOUK JERBA 4180
ASSAINISSEMENT ET CURAGE	SEGOR	HOUMT SOUK JERBA
ASSAINISSEMENT ET CURAGE	SAS	
ASSAINISSEMENT ET CURAGE	SOGENAS	
ASSENCEUR	SOTUALEM	
BALANCE	STE DE BALANCE	
BATIMENT DE DECORATION	ETS MOUNIR HAMROUNI	JERBA
BLANCHISSERIE	SAGA	AGHIR MIDOUN JERBA
BOISERIE	MAZOUZ	MIDOUN 4116
BOISSON	SBT	HOUMT SOUK JERBA 4180
BOISSONS ENERGETIQUES	STE FACE TO FACE	
BRICOLAGE	AT JERBA	HOUMT SOUK JERBA 4180
CADEAUX FIN D'ANNEE	STE CODIGROS	HOUMT SOUK JERBA 4180
CAFE ET CEREALE	NESTLE TUNISIE DISTRIBUTION	ROUTE AJIM 4180 JERBA
CERAMIQUES ET SANITAIRES	SANI DECOR PLUS	Z I HOUMT SOUK JERBA 4180
CHAUDIERE/BRULEUR/ CANALISATION ET ADOUCISSEUR	SSM	22 RUE DES POMMIERS Z I ESSOUANI 4180 H SOUK
CONSERVES	SOCORED	HOUMT SOUK JERBA 4180
CONSERVES THON ET SARDINES	MANARTHON	ROUTE DE DJERBA ZARZIS KM 5
CONSOMMABLES INFORMATIQUES	BS INFORMATIQUE	MIDOUN 4116 JERBA
CONSOMMABLES INFORMATIQUES	IPLUS TOSHIBA	4 AVENUE HABIB BOURGUIBA HOUMT SOUK 4180
COURROIES DES MACHINES	RHOMDANE YAMOUN	Z I ESSOUANI HOUMT SOUK 4180
CROISSANT	PÂTISSERIE TEJ	MIDOUN 4116 JERBA
DATTES	MEDDEB AHMED	
DIVERS	FEDERATION REGIONALE HOTEL	AV ABDEL HAMID KADI HOUMT SOUK JERBA 4180
EAUX	SICEM	HOUMT SOUK JERBA 4180
ELECTICITE	LUMIERE 2000	HOUMT SOUK JERBA 4180
ELECTICITE	E.E.E	AV ABDEL HAMID KADI HOUMT SOUK JERBA
ELECTROMENAGER	ETS BEN MOUSSA	HOUMT SOUK JERBA 4180
ENTREPRENEUR DE PEINTURE	EMMPP	
ENTREPRENEUR DE PEINTURE	ZAYANI AMOR	MIDOUN 4116 JERBA
ENTREPRENEUR D'ELECTRICITE	ABICHOU ELECTRICITE	ZI ESSOUANI JERBA HOUMT SOUK 4180
ENTREPRENEUR DE PEINTURE	STE DE PEINTURE	19 RUE CHADLI KHAZNA
EQUIPEMENT AQUATIQUE	AQUATEAM	6 BIS RUE IBN KHALDOUN 4180 HOUMT SOUK JERBA
EQUIPEMENTS DE BUREAU	INTERIEURS	HOUMT JOUAMAA HOUMT SOUK JERBA 4180
EQUIPEMENT ET SOCIETE DE NETTOYAGE	GES	AV FARHAT HACHED MIDOUN JERBA 4116
EXPERT FER FORGE	FOUED ABDEL HANINE	43 RUE LES OLIVIERES HOUMT SOUK JERBA 4180
FOURNITURE DE BUREAU ET INFORMATIQUE	NODIS	RUE 20 MARS TAOURIT HOUMT SOUK JERBA 4180
FOURNITURE DE BUREAU ET INFORMATIQUE	SIB	AV HABIB BOUGUIBA 4180 JERBA
FOURNITURE DE BUREAU ET INFORMATIQUE	SOCIETE ENNOUR	AV SALAH BEN YOUSSEF MIDOUN 4116
FROMAGE	CREMERIE GENERALE	BENI MAAGUEL MIDOUN 4116

GENIE CIVILE/ PEINTURE	BEN YOUSSEF ABDELKARIM	ROUTE DE MIDOUN KM3 HOUMT SOUK JERBA
GENIE CIVILE/ PEINTURE	BEN LTAIEF MOHAMED	HOUMT SOUK JERBA
GME ET PIECE DE RECHANGE	MATHOTEL	SITE ESSALEM 4113 MIDOUN JERBA
HARISSA BERBERE	ABDELFATTAH CHAHBANI	HOUMT SOUK JERBA 4180
HUILES	SOMADIS	HOUMT SOUK JERBA 4180
HUILES MELANGES	SINAHUILE	HOUMT SOUK JERBA
IMPRIMES	NOUR PRINT	AVENUE HABIB BOURGUIBA HOUMT SOUK
INGENIEUR CONSEIL	HEDI AROUAY	AV ABDELHAMID EL KADHI H SOUK JERBA
INGENIEUR DE BETON	HEDI JRAD	BP 82 4128 HOUMT SOUK JERBA
JARDINAGE	ZONE VERTE	
JUS	STE HADDAD IMPORT EXPORT	HOUMT SOUK JERBA 4180
JUS ET MIEL	MANHALET EL JENOUB	HOUMT SOUK JERBA 4180
JUS ET SIROP	JUS DE L'ILE	4165 MAHBOUBINE ROUTE SEDWIKICH JERBA
LEGUMES ET FRUITS	DAABAK MOKHTAR	JERBA ZARZIS
LEGUMES ET FRUITS	ESSID GROS	RUE ABDEL HAMID EL KADHI H SOUK JERBA 4180
LEGUMES ET FRUITS	JAMEL LASSADI	
LEGUMES ET FRUITS	BOUCHAHDA AZZEDDINE	
LEGUMES ET FRUITS	MUSTAPHA ZROUGA	HOUMT SOUK JERBA 4180
LINGE	RADI BEN AMER	
LUMINAIRES DECORATIFS EN FER	NEGRAT	JERBA MIDOUN RUE BADRA 4116
FORGE		
MARBRE	SOCIETE MIDOUN DE MARBRE	ROUTE HOUMT SOUK KM 3 MIDOUN 4116
MARGARINE	ALMES	GUELLALA JERBA
MATERIAUX DE CONSTRUCTION	STE COMPTOIR ZARAA	BP 31 ESSOUANI JERBA 4185
MATERIAUX DE CONSTRUCTION	COBAM	HOUMT SOUK JERBA 4180
MATERIEL DE CONSTRUCTION	SOGEOIS	HOUMT SOUK JERBA 4180
MATERIEL DE CONSTRUCTION	SOCIETE EL MANAR	ROUTE DE MIDOUN KM 1 HOUMT SOUK JERBA
MATERIEL DE SONO	MUSIC SHOP	ROUTE TERRAIN MUNICIPAL HOUMT SOUK JERBA
MATERIEL MEDICAL	ESPACE MEDICAL DE SUD	AV HABIB BOURGUIBAC4180 DJERBA
MATERIEL MEDICAL	MEDICAL ISLAND	AV HABIB BOURGUIBA FACE HOPITAL H SOUK JERBA
MATERIEL MEDICAL	MEDICAL CONFORT SUD	CAFE CAPITOL MIDOUN JERBA 4116
MATERIEL TECHNIQUE	COMPTOIR EL MEDINA	AV HABIB BOURGUIBA H SOUK JERBA
MATERIEL TECHNIQUE	STE BEL HAJ MHEMED	MIDOUN 4116 JERBA
MATERIELS DE CONSTRUCTION	STE ZITOUNA	MIDOUN 4116
MATERIELS ET PRODUITS DE PISCINE	STES	HOUMT SOUK SS 2 RUE DARGHOUTH PA
ET ADOUCISSEUR		
MATERIELS INFORMATIQUES	YES INFO	HOUMT SOUK JERBA 4180
MEDICAMENTS	PHARMACIE LABASSI HAMDAN	AV HABIB BOURGUIBA MIDOUN JERBA
MEDICAMENTS	PHARMACIE ESSAFA	MIDOUN 4116 JERBA
MEDICAMENTS	PHARMACIE SATOURIE	AV SALAH BEN YOUSSEF MIDOUN 4116
MENUISERIE GENERALE	MECHKEN CHOKRI	Z INDUSTRIEL MIDOUN 4116 JERBA
MENUISERIE. FER FORGE. PVC ET	BOISERIE D'ORIENT	Z I ESSOUANI JERBA HOUMT SOUK JERBA
ALUM		
MEUBLES EN ROTION	LA MAISON DE ROTIN	AV HABIB BOURGUIBA FACE HOPITAL H SOUK JERBA
ŒUFS	VVS	ABATTOIRE MUNICIPALE HOUMT SOUK JERBA
PAIN	BOULANGERIE DE LA PAIX	MIDOUN 4116 JERBA
PAINS	BOULANGERIE EL JAZIRA	MIDOUN 4116
PARASOL	KNIS WALID	HOUMT SOUK JERBA 4180
PATISSERIE TUNISIENNE	PATISSERIE HANNIBAL	RUE MOHAMED BADRA 4180 HOUMT SOUK JERBA
PIECE DE RECHANGE CHAUD ET FROID	KAMEL YAMOUN	39 RUE DE DISPENSAIRE 4180H SOUK
PIECE DE RECHANGE CHAUD ET FROID	ICAC	COMPLEXE LE MILLENAIRE MIDOUN 4116
PIECE DE RECHANGE CHAUD ET FROID	DJERBA COMMERCE LAZHAR	AV FARHAT HACHED MIDOUN JERBA 4116
	KARDI	
PLANTES	PARADIS DES FLEURS	HOUMT SOUK JERBA 4180
PLANTES	MIDOUN PARADIS DES FLEURS	AV SALAH BEN YOUSSEF MIDOUN 4116
PLANTES ET PARASOLS ET PAILLOTE +	BIBANI MOHSEN	ARCO MIDOUN 4116
CHARBON		

POISSON ET FRUITS DE MER	STE DAR EL ASMEK	MARCHE CENTRALE HOUMT SOUK
POTERIE	MAISON GUELLALA DE POTERIE	AV SALAH BEN YOUSSEF GUELLALA JERBA
POTERIE	BEN AMOR POTERIE	GUELLALA JERBA 4155
POTERIE	UTAIM EL MAI	EL MAI JERBA
PRODUIT D'ENTRETIEN	STE ENNADHOUR	MARSA HOUMT SOUK JERBA 4180
PRODUIT D'ENTRETIEN	SOCIETE NEODEME	ZI MESSADINE 4013
PRODUIT PATISSIERE	DEPOT GENERAL DU SUD	HOUMT SOUK JERBA 4180
PRODUITS D'ACCUEIL	NICE COSMETIQUE	ROUTE DE L'AEROPORT H SOUK JERBA
PRODUITS D'ENTRETIENS	STE ESAADA	ZI INDUSTRIEL HOUMT SOUK JERBA 4180
PRODUITS D'ENTRETIENS	HYGIENE INDUSTRIEL	AJIM JERBA
PRODUITS D'ENTRETIENS	CLINO	JERBA MIDOUN
PRODUITS ESTETIQUES ET THALASSO	STE ART DES BEAUTES	HOUMT SOUK JERBA 4180
PRODUITS IMPORTES ASIATIQUES	NESLAYFOOD	
PRODUITS PATISSIERE	MONGI BOUCHELLOUF	GUELLALA JERBA
QUINCAILLERIE	SOQUAGEN	RUE AMILCAR 4116 MIDOUN
QUINCAILLERIE GENERALE	ETS BEL HAJ MHEMED	AV HABIB BOURGUIBA H SOUK JERBA
REPARATION ,INSTALLATION,VENTE	SOCIETE TELLILI DE	6 AVENU HABIB BOURGUIBA MIDOUN 4116
MATERIEL SONO	MAINTENANCE	
REPARATION ,INSTALLATION,VENTE	SON ET LUMIERE SERVICE	HOUMT SOUK JERBA
MATERIEL SONO		
REPARATION DES CARTES	SIGMATEC	29 RUE ABDELHAMID EL CADHI H. SOUK JERBA 4180
ELECTRONIQUES ET MATERIELS		
REPARATION MATERIEL BUREAU	SERVICE MECANOGRAPHE	6 RUE BECHIR TELLILI 4116 MIDOUN JERBA
SALAISSONS	BEN DILANE HAMMADI	GUELLALA JERBA
SALAISSONS	BEN YAHIA LASSAAD	MIDOUN 4116 JERBA
SALAISSONS	ETS BRAHIM EL GHARBI	ROUTE DE MONASTIR SIDI ABDEL HAMID 4061
SALAISSONS	SOCIETE OMRANE	HOUMT SOUK JERBA 4180
SATELLITE	DIOURI SADOK	MIDOUN 4116
SATELLITE	DIOURI SADOK	MIDOUN JERBA
SERRURIER MONCEF	SERURIER	HOUMT SOUK
SERVICE NETTOYAGE	DNS	BP N° 17 DAR JERBA 4199
SOCIETE DE NETTOYAGE	BEST CLEAN	HOUMT SOUK JERBA 4180
SOCIETE DE NETTOYAGE	SES	HOUMT SOUK JERBA
SOCIETE DE NETTOYAGE ET SECURITE	RANYA SERVICES	
SOCIETE SIGNALITIQUE PERSONALISE	GRAVOTECK	Z I HOUMT SOUK JERBA 4180
SOCIETE SIGNALITIQUE PERSONALISE	PRIMA DESIGN	35, AV HABIB BOURGUIBA HOUMT SOUK JERBA 4180
SOCIETE SIGNALITIQUE PERSONALISE	ARTISSIMO	6 BIS RUE IBN KHALDOUN 4180 HOUMT SOUK JERBA
SPORT ET ANIMATION	SPORT ET PECHE	HOUMT SOUK JERBA 4180
SPORT ET ANIMATION	MINI SHOP BAKALTI	HOUMT SOUK JERBA 4180
TAPISSIER	MED MODE	HOUMT SOUK JERBA 4180
TAPISSIER	SIEGE CONFORT	ZI ROUTE DE KHNISS
TELESURVEILLANCE POINTAGE	SUD SECURITE	AV HABIB BOURGUIBA IMMEUB BEN THAYER 4116
TELESURVEILLANCE POINTAGE	EASY TEL	RUE ALI BELHOUANE 4116 MIDOUN
TENU DE TRAVAIL	STE CONFECTION DE SUD	SITE EL MOUSTAKBEL HOUMT SOUK JERBA 4185
TENU DE TRAVAIL ET PRODUIT	EAS	COMPLEXE ALFIA MIDOUN
D'ENTRETIEN		
TOURNAGE	SOCIETE DE TOURNAGE	Z I HOUMT SOUK JERBA 4180
	ABICHOU	
TRANSPORT MARCHANDISE	JERBA TRANSPORT	30,AV EZZAYTINE H SOUK JERBA 4180
TRANSPORT MARCHANDISE	MESSAGERIE DE L'ILE	MIDOUN 4116 JERBA
VENTE ET REPARATION MATERIEL INFO	BEST INFORMATIQUE	RUE SIDI BOUKER HOUMT SOUK JERBA
VENTE ET REPARATION MATERIELS	HAS	AV FARHAT HACHED MIDOUN JERBA 4116
ELECTRONIC		
VENTE ET REPARATION MATERIELS	STE CONFORT ET	HOUMT SOUK JERBA 4180
INFO	INFORMATQUE	
VIANDES ROUGES FRAICHES	SYON UZAN	ABATTOIRE MUNICIPALE HOUMT SOUK JERBA
VIANDES ROUGES FRAICHES	STE BOUCHERIE IDEAL	4175 EL MAY JERBA
VOLAILLES ET CHARCUTERIE	STEAM	ZA HOUMT SOUK JERBA 4128

Les Comptes de la Nation Base 1983

Aux prix courants (Toutes Taxes Comprises)
(Données exprimées en millions de Dinars)

Institut National de la Statistique — Décembre 2008

Annexe 14. Principaux enjeux et indicateurs du tourisme durable

Problèmes	Indicateurs
Satisfaction de la population locale à l'égard du tourisme	<ul style="list-style-type: none"> - Niveau de satisfaction locale à l'égard du tourisme (questionnaire).
Effet du tourisme sur les communautés	<ul style="list-style-type: none"> - Proportion de touristes par rapport à la population locale (moyenne et période /jours de pointe). - Pourcentage qui pense que le tourisme a permis la mise en place de nouveaux services ou infrastructures (questionnaire). - Nombre et capacité des services accessibles à la communauté (pourcentage imputable au tourisme).
Performance de la satisfaction des touristes	<ul style="list-style-type: none"> - Niveau de satisfaction des visiteurs (questionnaires). - Perception du rapport qualité-prix (questionnaire). - Pourcentage de visiteurs qui reviennent.
Saisonnalité du tourisme	<ul style="list-style-type: none"> - Arrivées de touristes par mois ou trimestre (répartition sur l'année). - Taux d'occupation des structures d'hébergements officiels par mois (périodes de pointe par rapport à la basse saison) et % du taux d'occupation total pendant le trimestre ou le mois le plus chargé. - Pourcentage d'établissements commerciaux ouverts toute l'année. - Nombre et % d'emplois touristiques qui sont permanents ou pour toute l'année (par rapport aux emplois temporaires).
Bénéfices économiques du tourisme	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de locaux employés dans le tourisme. - Revenus générés par le touriste en pourcentage des revenus générés dans la communauté.
Gestion de l'énergie	<ul style="list-style-type: none"> - Consommation d'énergie (toutes sources) par personne (globale, par secteur touristique, par jour/personne). - Pourcentage d'entreprises participant à des programmes de conservation de l'énergie ou appliquant une politique et des techniques d'économie d'énergie. - Pourcentage de consommation d'énergie provenant des ressources renouvelables (dans la destination, les établissements).
Disponibilité de l'eau et consommation	<ul style="list-style-type: none"> - Consommation d'eau : (volume total consommé et nombre de litres par touriste par jour). - Economies d'eau (pourcentages économisés, récupéré ou recyclé).
Qualité de l'eau potable	<ul style="list-style-type: none"> - Pourcentage d'établissements touristiques fournissant de l'eau traitée selon des normes internationales de potabilité. - Fréquence des maladies hydriques : nombre /pourcentage de visiteurs faisant état de maladies hydriques pendant leur séjour.
Epuration (gestion des eaux usées)	<ul style="list-style-type: none"> - Pourcentage d'eaux usées épurées (épuration primaire, secondaire et tertiaire). - Pourcentage d'établissements touristiques(ou d'hébergements) raccordé au(x) système(s) d'épuration.
Gestion des déchets solides (ordures)	<ul style="list-style-type: none"> - Volume de déchets produit par la destination (tonnes) par mois - Volume de déchets recyclés (m³)/volume total de déchets (m³) (spécifier par type). - Quantité de déchets éparpillés dans les lieux publics (dénombrement des ordures).
Contrôle du développement	<ul style="list-style-type: none"> - Existence d'un processus d'aménagement du territoire ou de planification du développement couvrant le tourisme. - Pourcentage d'espace soumis au contrôle (densité, architecture, etc.).
Contrôle de l'intensité d'utilisation	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre total d'arrivés de touristes (moyenne, par mois, périodes de pointe) - Nombre de touristes au mètre carré sur les sites (par exemple. Plages, attractions), au kilomètre carré dans la destination, nombre moyen/moyenne des périodes de pointe.

Source : OMT(2005).

Annexe 15. Convention collective Nationale des hôtels classés touristiques et Etablissements similaires

Grille des salaires de base mensuels bruts **Période d'application du 1^{er} Mai 2001 au 30 Avril 2002.** **Grille conforme au JORT**

Catégorie	Echelon	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	Durée	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	-
	Ancienneté	1	3	5	7	9	11	13	15	18	21	24	27	-
Direction I	Salaire de Base	460.984	465.984	470.984	475.984	483.484	488.484	493.484	498.484	503.484	508.484	513.484	518.484	523.484
Direction II	Salaire de Base	436.604	441.104	446.854	451.354	457.104	461.604	466.104	470.604	475.104	480.854	485.354	489.854	494.354
Supérieur I	Salaire de Base	412.224	416.224	422.724	426.724	430.724	434.724	438.724	442.724	446.724	453.224	457.224	461.224	465.224
Supérieur II	Salaire de Base	368.764	372.014	375.264	378.514	381.764	385.014	388.264	394.014	397.264	400.514	403.764	407.014	410.264
Principal I	Salaire de Base	332.984	338.134	340.784	343.434	346.084	348.734	351.384	354.034	356.684	359.334	361.984	364.634	369.784
Principal II	Salaire de Base	309.124	311.524	313.924	316.324	321.224	323.624	326.024	328.424	330.824	333.224	335.624	338.024	340.424
Exécution I	Salaire de Base	292.049	293.949	295.849	297.749	299.649	301.549	303.449	305.349	307.249	309.149	313.549	315.449	317.349
Exécution I	Salaire de Base	277.514	279.214	280.914	282.614	284.314	286.014	287.714	289.414	291.114	292.814	294.514	296.214	297.914
Exécution I	Salaire de Base	257.545	258.995	260.445	261.895	263.345	264.795	266.245	267.695	269.145	270.595	272.045	273.495	274.945
Service	Salaire de Base	215.032	223.516	224.876	226.236	227.596	228.956	230.316	231.676	233.036	234.396	235.756	237.116	238.476

Observations :

- 1) L'indemnité complémentaire provisoire (ICP) d'avril 1981 (décret n° 81-437) et celle de Mars 1982 (Décret n°82-501) sont incluses dans les salaires de base à partir du 1^{er} Mai 1993.
- 2) Cette grille des salaires est applicable aux hôtels classés touristiques. Seuls les hôtels classés cinq étoiles (5*) sont majorés de dix pour cent (1).

Annexe 16. Tableau de bord Mensuel

Permanent

Contractuel

Total personnel

Nuitées

Payante All Inclusive

Payante Pension complète

Payante Demi-pension

Payante REP STT EN PC

Payante Individuels

Total Nuitées Payantes

Total Nuitées Garanties

Chambres disponibles

Capacité lits de l'hôtel/mois

Taux d'Occupation / Lits

Scoring Hygiène

Recettes

Hébergement

Hébergement/nuitées

Hébergement IND /STT/ET AUTRES

Nourritures point de ventes

Total nourritures point de ventes/nuitées

Nourritures Buffet

Total Nourritures Buffet/nuitées

Gratuités Nourritures

Boissons Point de vente

Total Boissons Point de vente/nuitées

Boissons Restaurant

Total Boissons Restaurant /nuitées

Gratuités Boissons

Téléphone

Téléphone/ nuitées

Divers

Divers/nuitées

Redevances/nuitées

Total RECETTES

Dépenses

Nourritures pension

Nourritures pension/nuitées

Nourritures extra

Nourriture extra /nuitées

Téléphone

Téléphone/ nuitées

Salaires et charges sociales

Salaires et charges sociales/nuitées
 Frais généraux
 Frais généraux/nuitées
 Impôts et taxes
 Impôts et taxes/nuitées
 Energie
 Energie/nuitées
 Divers
 Divers/nuitées
 Entretien étage
 Entretien étage/nuitées
 Entretien général
 Entretien général/nuitées
Total dépenses
 Frais siège
Total dépenses management
Résultat management
Coût management /nuitées en euro
Résultat d'exploitation
Total amortissements
Total frais de fermeture
Coûts hors exploitation/nuitées en euro
Total général charges
Résultat global
Coût total par nuitée Euro HT
Coût total par nuitée Euro TTC

Source: Hotel Club Marmara Djerba.

Annexe 17.

STATISTIQUES DE TOURISME
REGION: JERBA- ZARZIS- GABES

Années	Nombre d'hôtels	Capacité en lits	Nombre de lits exploités	Taux d'occupation en %	Volume consommé en 10 ³ m ³	Litres/jour/lit	
						Exploité	Occupé
1977		12522	9433	48%	1422	413	857
1978		12966	9648	50%	1479	420	848
1979		13499	9972	63%	1485	408	648
1980		13109	10557	66%	1576	409	620
1981	55	13944	11226	59%	1551	379	640
1982	56	14054	12232	51%	1694	379	738
1983	57	14159	12028	45%	1590	362	798
1984	59	14645	12215	44%	1538	345	789
1985	61	15628	13293	52%	1624	335	650
1986	63	16476	14180	48%	1676	324	673
1987	63	16025	14863	65%	1852	341	528
1988	68	16282	15077	69%	2026	368	536
1989	70	17478	15917	59%	2088	359	613
1990	77	19605	17266	55%	2200	349	632
1991	79	21970	17174	36%	1813	289	806
1992	87	25493	21306	50%	2655	341	683
1993	96	28579	24827	53%	3197	353	669
1994	99	30305	28002	55%	3692	361	656
1995	107	33987	29442	53%	3703	348	656
1996	114	35182	30738	53%	3820	340	646
1997	121	37352	31882	58%	4124	354	611
1998	133	40229	34591	59%	4350	345	581
1999	135	41109	37406	63%	4718	346	547
2000	140	42636	37034	63%	5055	374	596
2001	144	45307	37954	62%	5358	387	626
2002	147	47153	38850	47%	4676	330	697
2003	151	49317	39806	46%	4575	315	690
2004	152	49662	40202	56%	4004	273	484
2005	156	49742	40591	60%	5115	345	573
2006					5860	#DIV/0!	#DIV/0!

Jer-Zar-Gab

GLOSSAIRE

A.F.H : Agence Foncière de l'Habitat.

A.F.I : Agence de Financement de Tourisme.

A.F.T : Agence Foncière du Tourisme.

A.I.B : Arab International Bank.

AMF : Accords Multifibres.

A.P.I : Agence de Promotion des Investissements.

ARRU : Agence de Réhabilitation et de Rénovation Urbaine.

A.S.S.I.D.J : Association de la Sauvegarde de l'île de Djerba

B.N.D.T : Banque Nationale de Développement Touristique.

B.N.P.P : Banque Nationale de Paris Paribas.

C.I.I. : Code d'incitation aux investissements.

CKII : Koweitien d'Investissements Immobilier.

COFITOUR : Compagnie Financière du Tourisme.

D.I.T : Division Internationale du Travail.

DT : Dinar Tunisien

FTAV : Fédération Tunisienne des Agences de Voyages.

FTH : Fédération tunisienne des hôteliers.

FMI : Fonds Monétaire International.

GATT : General Agreement on Tariffs and Trade.

IDE : Investissements Directs Etrangers.

INS : Institut Nationale de la Statistique

JICA : Japan International Cooperation Agency.

MGFA : Mutuelle Générale Française des Accidents.

OMC : Organisation Mondiale de Commerce.

ONAS : Office Nationale de l'Assainissement.

ONTT : Office National du Tourisme Tunisien.

P.A.S : Plan d'Ajustement Structurel.

PIF : Périmètres d'Intervention Foncière.

PME : Petites et Moyennes Entreprises.

SESN : Société d'Etude et de Développement de Sousse Nord.

SFI : la Société Financière Internationale.

SHTT : Société Hôtelière et Touristique de Tunisie.

SI : Substitution aux Importations.

SITTKO : Société d'Investissement Touristique Tuniso-Koweitienne.

S.O.N.E.D.E : Société Nationale d'Exploitation et de Distribution des Eaux.

SMAG : Salaire Minimum Agricole.

SMIG : Salaire Minimum Interprofessionnel Garanti.

STB° : Société Tunisienne des Banques.

T.O : Tour-opérateur.

UAP : Union des Assurances de Paris.

ZLE : Zone de libre échange.

Liste des tableaux.

Tableau 1. Les principales sources de revenus (en millions de dinars)	23
Tableau 2. Evolution de la structure de la production industrielle 1960-1970	24
Tableau 3. Taux de croissance annuel moyen par industrie et par période de plan	24
Tableau 4. Part de l'industrie dans la F.B.C.F	26
Tableau 5. Evolution des échanges extérieurs (en millions de dinars)	27
Tableau 6. Répartition des importations et exportations par grandes catégories de produits en 1962 à 1971 (en millions dinars courants)	28
Tableau 7. Part de l'importation par rapport au PIB.....	29
Tableau 8. Evolution de l'emploi industriel, base 100 en 1961.....	30
Tableau 9. Répartition et croissance de l'emploi industriel par branche entre 1962-1969	31
Tableau 10. Productivité marginale du capital(k) et du travail(l) en Tunisie (1962-1971).....	32
Tableau 11. Evolution de capital et de l'emploi touristique et sa productivité	
Tableau 12. Parts respectives des industries manufacturières et du tourisme dans la F.B.C.F... 35	35
Tableau 13. Les résultats de la première décennie (1960-1970).....	36
Tableau 14. Evolution de la part des investissements privés dans le total des investissements touristiques	38
Tableau 15. Les performances des perspectives décennales.....	39
Tableau 16. Evolution des investissements (en millions de dinars).....	44
Tableau 17. Répartition sectorielle de la FBCF (en millions de dinars et en pourcentages).....	46
Tableau 18. Evolution du déficit en épargne et la structure de son financement.....	47
Tableau 19. Evolution des échanges extérieurs	49
Tableau 20. Evolution du revenu par habitant période 1971-1985.....	51
Tableau 21. Evolution des salaires au cours de la deuxième décennie (1971-1982) en dinars.....	53
Tableau 22. Les principales sources de recettes extérieures (en pourcentage).....	54
Tableau 23. Répartition des industries manufacturières et tourisme dans les plans de développement	55
Tableau 24. Evolution des investissements touristiques par type d'investisseur(en dinar tunisien)	57
Tableau 25. Evolution du secteur touristique (prévisions-réalisations) de 1973 à 1986).....	63
Tableau 26. Données comparatives des deux stratégies (1962-72 et 73-86) dans le secteur touristique.....	64
Tableau 27. Répartition des crédits sur les divers secteurs de l'économie avant et pendant PAS70	
Tableau 28. Le commerce extérieur par type d'utilisation (en millions de dinars).....	72
Tableau 29. Taux de couverture du déficit commercial par les recettes touristiques	76
Tableau 30. Les investissements tunisiens durant la période 1994-2009 en MD	78
Tableau 31. Evolution des IDE dans le secteur du tourisme entre 1994 et 2009	79
Tableau 32. Réalisations de l'AFT durant la période 1987-2009.....	82
Tableau 33. Evolution de la valeur ajoutée du secteur d'activité "Hôtels, cafés, restaurants" (1995-2009).....	87
Tableau 34. Principaux Tour Opérateurs en Tunisie.....	97
Tableau 35. Principales chaînes hôtelières tunisienne, localisées en Tunisie	100
Tableau 36. Les types des contrats entre les hôteliers tunisiens et les T.O européens	102
Tableau 37. Répartition des hôtels par catégorie durant la période 2003-2009	105
Tableau 38. Les principaux marchés.....	110
Tableau 39. Entrées et nuitées réalisés par le marché européen.....	110
Tableau 40. Répartition des marchés	115
Tableau 41. Le marché scandinave	116
Tableau 42. Les principaux marchés de l'Europe de l'Est.....	116
Tableau 43. Répartition du marché maghrébin sur le critère des entrées.....	117
Tableau 44. Nuitées et entrées réalisées par le marché maghrébin	117
Tableau 45. Entrées et nuitées réalisés par le marché du Moyen-Orient.....	118
Tableau 46. Entrées et nuitées réalisés par le marché nord américain	119

Tableau 47. Entrées réalisés par le marché japonais, australien, chinois et brésilien	119
Tableau 48. Recettes, arrivées touristiques et classement des dépenses moyennes (2004)	123
Tableau 49. Recettes en dinars	124
Tableau 50. Indicateurs de la pression touristique de pointe dans les régions littorales en Tunisie	128
Tableau 51. Comparaison entre les modèles de concurrence parfaite et de l'oligopole.....	131
Tableau 52. Taux de couvertures des charges financières.....	135
Tableau 53. Principaux pays touristiques en Méditerranée (en 2005)	144
Tableau 54. Position de la Tunisie vis-à-vis des destinations concurrentes.....	146
Tableau 55. Répartition selon spécialités, sexe et inscrits à l'école de tourisme de Djerba	151
Tableau 56. Enquête sur les besoins en formation dans l'hôtellerie	153
Tableau 57. La position de la Tunisie par rapport aux pays concurrents.....	157
Tableau 58. Voyageurs en provenance des principaux pays européens par type.....	157
Tableau 59. Répartition des vacanciers par objectif recherché	159
Tableau 60. Les différentes stratégies du secteur hôtelier.....	166
Tableau 61. Amélioration de niveau de vie des tunisiens	174
Tableau 62. Part des ménages ayant une voiture (en %)......	174
Tableau 63. Origine de la population Djerbienne	198
Tableau 64. Sommes perçus sous forme de mandats durant la période 1961-1969 (en Dinars)	202
Tableau 65. Répartition d'emploi selon secteur durant 1973 et 1985.....	204
Tableau 66. Emploi selon secteur entre 1956 et 1966.....	204
Tableau 67. Mandats payés par les bureaux de Djerba durant la période 1961-1969	208
Tableau 68. Immigration des djerbiens à l'étranger en 2004.....	208
Tableau 69. Les investissements touristiques privés à Djerba (en millier de dinars).....	213
Tableau 70. Principales institutions financières et leurs réalisations	215
Tableau 71. Evolution de capacité d'hébergements touristiques de la région Djerba-Zarzis (1986- 2009)	218
Tableau 72. La répartition catégorielle de la capacité disponible en 2008.....	218
Tableau 73. Données statistiques pour Djerba	220
Tableau 74. Les routes (unité en km).....	221
Tableau 75. Transport terrestre (privé)	221
Tableau 76. Télécommunication	222
Tableau 77. Electricité	223
Tableau 78. Alimentation en eau.....	223
Tableau 79. L'assainissement	224
Tableau 80. Education en 2004.....	224
Tableau 81. Santé en 2004	225
Tableau 82. Environnement sanitaire et accès à l'électricité et à l'eau potable	225
Tableau 83. Accès à l'électricité et à l'eau potable (de 1966-2004)	225
Tableau 84. Répartition de logements et ménages	226
Tableau 85. Nuitées et entrées des touristes européens.....	231
Tableau 86. Principaux marchés de l'Europe de l'Ouest	232
Tableau 87. Répartition du marché intérieur en 2005 à Djerba	233
Tableau 88. Evolution du marché maghrébin 1996-2005	233
Tableau 89. Entrées des touristes maghrébins.....	234
Tableau 90. Liste des hôtels spécialisés dans la thalassothérapie.....	235
Tableau 91. Principales Sociétés Internationales de gestion opérant à Djerba	241
Tableau 92. Principales chaines hôtelières localisées à Djerba	243
Tableau 93. Liste des hôtels économiques	246
Tableau 94. Prix moyens pour «un voyage à forfait» au départ de Paris et à destination de Djerba et Agadir	250
Tableau 95. Prix moyens pour des vols réguliers et charters au départ de Paris et à destination de Djerba en Tunisie et d'Agadir au Maroc.....	250
Tableau 96. Indicateurs de la pression touristique de pointe dans la région de Djerba	253

Tableau 97. Attentes des principaux marchés émetteurs vis-à-vis des destinations du bassin méditerranéen	261
Tableau 98. Effet revenu et effet emploi .pour une dépense touristique de 10 000 Francs en Vercors et en Livradois-Forez	276
Tableau 99. Exemple de tableau des entrées-sorties appliqué à une économie régionale.....	277
Tableau 100. Matrice des coefficients techniques calculés à partir de l'exemple	277
Tableau 101. Exemple d'une estimation des multiplicateurs	278
Tableau 102. Calcul des indicateurs d'effets directs	286
Tableau 103. La répartition de l'emploi hôtelier à Djerba en 2005.....	287
Tableau 104. Emplois, VA et EBE pour les différents secteurs d'activité en milliers de dinars	291
Tableau 105. Répartition des consommations intermédiaires des hôtels en fonction de leur catégorie (2005).....	292
Tableau 106. Indicateurs de la part de l'activité liée au tourisme pour 21 entreprises fournisseurs (2005).....	293
Tableau 107. Mesure en CA et emploi des effets indirects liés au CI de l'hôtellerie à Djerba (2005).....	297
Tableau 108. Structure de l'emploi à Djerba en 2004.....	298
Tableau 109. Synthèse de la contribution du tourisme à l'économie de Djerba.....	301
Tableau 110. Comparaison entre les différentes méthodes d'évaluation de l'emploi	303
Tableau 111. La part des salaires dans les charges des hôtels.....	304
Tableau 112. Consommation de l'Eau (en m ³).....	308
Tableau 113. Consommation de l'électricité (en GW/heure)	309
Tableau 114. Différents types d'instruments économiques	325
Tableau 115. Les mesures incitatives pour encourager l'installation des Chauffe Eaux Solaires (CES).....	328
Tableau 116. Types des instruments volontaires ayant impact sur le tourisme	338

Liste des figures

Figure 1. Evolution de la FBCF dans l'industrie.....	25
Figure 2. Evolution du déficit.....	46
Figure 3. Evolution des revenus pétroliers 1970-1986	50
Figure 4. L'évolution des principales sources des recettes extérieures de la Tunisie.....	54
Figure 5. La Balance commerciale globale de 1987 à 2009 (en millions de dinars).....	73
Figure 6. L'évolution des investissements touristiques.....	77
Figure 7. Evolution des recettes touristiques (1987- 2009).....	85
Figure 8. Evolution entre 1987 et 2009 du nombre d'emplois directs	86
Figure 9. Processus de développement du tourisme en Tunisie	90
Figure 10. Les éléments du bien touristique	96
Figure 11. Répartition de la capacité par motivation	97
Figure 12. Evolution du nombre d'hôtels.....	102
Figure 13. Les arrivées et les nuitées touristiques	106
Figure 14. Durée moyenne de séjour par nationalité en 2009	108
Figure 15. Origine géographique des visiteurs en 2009	109
Figure 16. Entrées mensuelles des non résidents (a) et évolution du taux d'occupation par mois en 2005 (b)	121
Figure 17. Les principales zones touristiques en Tunisie.....	121
Figure 18. Durée moyenne de séjour.....	123
Figure 19. La relation entre fréquentation touristique et l'environnement : tourisme de masse versus tourisme de luxe.....	127
Figure 20. Structure des coûts opérationnels.....	134
Figure 21. Recettes au lit en Dinars (de 1962 à 2009).....	136
Figure 22. La faillite du modèle fordiste	139
Figure 23. L'évolution du modèle fordiste à travers le temps et le cycle de vie du produit tunisien	140
Figure 24. Cycle de vie de produit	142
Figure 25. Arrivées des visiteurs-Tunisie et les quatre destinations concurrentes	146
Figure 26. Les nouveaux rapports de force sur le marché du tourisme.....	150
Figure 27. Niveau de satisfaction des vacanciers par motif.....	158
Figure 28. Visiteurs ayant qualifié les principaux sites culturels de «Bien».....	158

Figure 29. Les objectifs d'un développement durable	165
Figure 30. Schéma de développement économique.....	167
Figure 31. Les avantages du changement de positionnement dans les stations balnéaires.....	173
Figure 32. Définir un système touristique pour la Tunisie	178
Figure 33. Modèle du tourisme durable	183
Figure 34. Carte de Djerba.....	191
Figure 35. Evolution de la population à Djerba.....	202
Figure 36. Esquisse du système touristique à Djerba	230
Figure 37. Répartition du marché touristique de Djerba	231
Figure 38. Répartition par motivation	235
Figure 39. Fonctionnement du secteur touristique à Djerba	238
Figure 40. La domination des tours opérateurs	239
Figure 41. Tours opérateurs comme investisseurs étrangers.....	239
Figure 42. Termes des accords conclus entre les tour-opérateurs et les hôteliers.....	244
Figure 43. Proposition des sites en ligne.....	245
Figure 44. Répartition des arrivées (a) et des nuitées (b) des non résidents par région en 2005.....	249
Figure 45. Arrivées dans les hôtels des non résidents par mois.....	251
Figure 46. L'effet de l'implantation des zones touristique à Djerba	254
Figure 47. Schéma de développement spatial du sud tunisien pour 2016.....	256
Figure 48. Effets directs, indirects et induits par une demande extérieure à l'échelle d'une économie régionale (Vollet 1997)	274
Figure 49. La méthode de masses	282
Figure 50. Carte de Djerba.....	283
Figure 51. VA et emploi dans le secteur touristique	292
Figure 52. Répartition des effets indirects de l'hôtellerie à Djerba (2005)	297
Figure 53. Structure de l'emploi à Djerba	299
Figure 54. Structure de l'emploi associé au tourisme à Djerba	301

Liste des annexes

Annexe 1. Liste des hôtels à Djerba.(3*, 4* et 5*).....	366
Annexe 2. Questionnaire adressé au directeur de l'Office National de Tourisme Tunisien.....	367
Annexe 3. Questionnaire adressé aux directeurs des hôtels	368
Annexe 4. Questionnaire pour les entreprises liées directement à l'activité touristique	369
Annexe 5. Questionnaire pour les administrations liées à l'activité touristique.....	372
Annexe 6. Questionnaire pour les entreprises liées indirectement à l'activité touristique	373
Annexe 7. Liste des hotels de Djerba et Zarzis	374
Annexe 8. Qualification professionnel du personnel hôtelier.....	377
Annexe 9. Modèle abrégé d'un schéma de compte satellite du tourisme	378
Annexe 10. Différentes méthodes de calcul de la valeur ajoutée.....	379
Annexe 11. Tableau des données et des ratios financiers des hôtels tunisiens	380
Annexe 12. Liste des fournisseurs	381
Annexe 13 : Tableau des Entrées-Sorties (TES) en 2005.....	384
Annexe 14. Principaux enjeux et indicateurs du tourisme durable	385
Annexe 15. Convention collective Nationale des hôtels classés touristiques et Etablissements similaires.....	386
Annexe 16. Tableau de bord Mensuel.....	387
Annexe 17.Statistiques de tourisme : Région Jerba-Zarzis-Gabes	389

Table de matières

<i>Remerciements.....</i>	<i>2</i>
<i>Sommaire.....</i>	<i>4</i>
<i>Avant-propos.....</i>	<i>6</i>
<i>Introduction générale.....</i>	<i>7</i>
Partie 1 : Limites du développement du secteur touristique en Tunisie	17
Chapitre 1. La place du tourisme dans les stratégies tunisiennes de développement économique.....	18
Section 1: Tourisme et politique de substitution aux importations pendant les "perspectives décennales" 1962-1971.....	21
1.1-Le bilan de la stratégie de substitution aux importations (SI)	22
1.1.1-Les résultats de la stratégie de substitution aux importations	23
a. La production.....	23
b. La Formation Brute de Capital Fixe (F.B.C.F)	25
c. Substitution aux importations et échanges extérieurs	26
d. L'emploi industriel.....	30
1.1.2- Le blocage de la politique de substitution et le développement du secteur touristique	31
a. Les causes de ce blocage.....	31
b. Les effets	33
1.2- La politique touristique tunisienne à travers les plans nationaux de développement économique et social 1962-1972	35
1.2.1- Les orientations	35
a. Plan triennal 1962-1964 : phase de conception du tourisme tunisien	36
b. Le plan 1965-1968 : le premier plan quadriennal	37
c. Le plan quadriennal (1969-1972).....	37
1.2.2- Prévisions et réalisations	38
Section 2. Le tourisme et la politique libérale des années 1972-1986.....	41
2.1- La politique de la sous-traitance.....	42
2.1.1- Les grandes orientations.....	42
a. La loi d'Avril 1972	42
b. La loi n° 73-82	43
c. La Loi n° 74-74.....	43
2.1.2- Le bilan de la politique libérale.....	43
a. Les investissements.....	44
b. Répartition sectorielle	45

c.	L'impact sur l'épargne et la structure de financement.....	46
2.1.4-	Les conséquences sur l'équilibre macroéconomique	48
a.	La balance commerciale	48
b.	Le revenu national moyen par habitant.....	51
c.	Le marché de l'agriculture	52
d.	Le marché non agricole.....	52
2.1.2-	Les retombées économiques de la politique libérale.....	53
2.2-	La place du tourisme dans les plans de développement 1973-1986.....	55
2.2.1-	Les investissements privés	56
a.	Les institutions financières dans le secteur touristique.....	56
b.	Les Banques off-shore	57
2.2.2-	Les investissements étrangers dans le tourisme tunisien	58
a.	Les investissements arabes	58
b.	Les investisseurs Européens	59
2.2.3-	Les investissements publics	59
a.	Contrôle du secteur	60
b.	Les aménagements de terrains équipés et la réalisation d'infrastructures	60
2.2.4-	Prévisions et réalisation	61
Section 3.	Tourisme et Programme d'Ajustement Structurel (PAS) dans la politique de	
promotion à l'exportation (1987-2009).....	66	
3.1-	Les réformes structurelles et les politiques d'accompagnements.....	67
3.1.3-	Les réformes.....	67
a.	Le plan d'Ajustement Structurel (P.A.S).....	67
b.	La privatisation	68
3.1.2-	Les politiques d'accompagnements	68
a.	La promotion des exportations.....	69
b.	La politique financière	69
3.1.3-	Le bilan de la politique de promotion à l'exportation.....	71
a.	Le commerce extérieur	73
b.	Le taux de couverture.....	75
3.2-	Place du tourisme dans le développement de la Tunisie	76
3.2.1-	Les investissements.....	76
a.	Les investissements privés.....	77
b.	Les investissements publics	80
3.2.2-	Les recettes touristiques	84
3.2.3-	L'emploi.....	85
3.2.4-	La valeur ajoutée.....	86
Conclusion du chapitre 1	90	

Chapitre 2. Les limites d'un tourisme de masse en Tunisie	93
Section 1. Les caractéristiques du marché du tourisme en Tunisie	95
1.1-L'offre touristique.....	95
1.1.1- Le produit touristique.....	95
1.1.2- Les acteurs :	97
a. Les Tour-opérateurs (et agences de voyages)	97
b. Les transporteurs.....	99
c. Le sous-secteur de l'hébergement.....	99
d. Le sous secteur extra-hôtelier	101
e. Le jeu des acteurs.....	101
1.1.3- Capacité et qualité de l'hébergement touristique.....	103
a. Évolution du parc hôtelier.....	103
b. Evolution de la qualité de l'hébergement touristique	104
1.2- La demande touristique	106
1.2.1- Un aperçu global	106
a. Les arrivées et nuitées touristiques	106
b. La durée moyenne de séjour par nationalité	108
1.2.2- Les principaux marchés.....	108
a. Le marché européen.....	111
b. Le marché maghrébin	117
c. Les marchés moyen-orientaux	118
d. Les marchés lointains.....	119
Section 2 : Les causes du marasme de l'industrie touristique en Tunisie	120
2.1- Saisonnalité : concentration des lieux touristiques et impacts	120
2.1.1- Impacts directs sur les recettes du secteur touristique de la concentration dans le temps et l'espace	121
a. La saisonnalité : concentration dans le temps	121
b. La littoralisation : concentration dans l'espace.....	121
c. La faiblesse des recettes touristiques	123
2.1.2- La sensibilité du tourisme balnéaire à l'environnement.....	125
a. L'impact du tourisme sur l'espace naturel	125
b. Les effets de la dégradation de l'environnement sur le revenu et les prix	129
2.2- Le fonctionnement et la commercialisation du produit balnéaire	130
2.2.1- Le fonctionnement du modèle «all inclusive»	130
2.2.2- La compétitivité de produit touristique tunisien	132
a. La stratégie des hôteliers.....	132
b. Le rôle des banquiers	134
c. L'intervention de l'Etat.....	135

2.2.3- Les effets économiques du modèle "inclusive" sur le secteur touristique.....	136
a. Effets sur les recettes	136
b. Effets sur le coût moyen	137
2.3- Le vieillissement du produit tunisien et l'enjeu de la concurrence	138
2.3.1- La faillite du modèle fordiste	138
2.3.2- Le vieillissement du produit tunisien et limites des stratégies adoptées par l'ONTT	141
a. Par la modification du marché	142
b. Par la modification du produit touristique	142
c. Par la modification du « mix ».....	143
2.4- Les enjeux de la concurrence dans l'espace touristique méditerranéen	143
2.4.1- Positionnement de la Tunisie dans l'espace méditerranéen	143
2.4.2- Identification des concurrents	145
a. Au niveau des arrivées touristiques	145
b. Au niveau de la recette.....	146
2.4.3- Limites de la stratégie adoptée par la Tunisie	147
a. La promotion par les prix.....	147
b. Absence d'atout promotionnel pour différencier son image dans les marchés cibles	148

Section 3. Quelles solutions pour que le tourisme reste un axe de développement pour la Tunisie

?	149
3.1- Tourisme post fordiste : la "qualité" au cœur des modèles de sortie de crise	149
3.1.1- Au niveau du service.....	151
a. La Formation.....	151
b. La profession.....	154
c. L'hébergement	156
3.1.2- Au niveau du produit offert.....	156
a. La position de Tunisie par rapport aux pays concurrents	156
b. Perception de la Tunisie par les tours opérateurs européens.....	157
c. Perception de la Tunisie par les touristes.....	158
3.1.3- Solutions à court et moyen terme.....	160
a. Développer l'animation	160
b. Tourisme de santé et du bien-être	161
c. Tourisme culturel	161
3.2-Les enjeux du tourisme tunisien aujourd'hui : vers un tourisme durable.....	163
3.2.1- Le problème de la durabilité dans le tourisme et les bases d'un tourisme durable... ..	164
a. Problème de la durabilité	164
b. Les bases d'un tourisme durable pour la Tunisie.....	166

3.2.2-Les moyens de mise en œuvre du développement durable au profit de la région d'accueil	172
a. La territorialisation et la diversification.....	173
b. Intervention d'autres acteurs.....	175
3.3- Le recours nécessaire à une évaluation économique et environnementale.....	179
3.3.1- Les limites des méthodes d'évaluation de l'activité touristique	179
a. Méthode d'Analyse Coûts-Bénéfices (ACB).....	179
b. Méthode de l'impact économique	180
c. Limite des méthodes	181
3.3.2- À la recherche d'une nouvelle méthode.....	182
a. Les objectifs du tourisme durable	182
b. Evaluation socio-économique et instruments pour la mise en œuvre du tourisme durable	184
Conclusion du chapitre 2	186
Partie 2 : Cas de l'île de Djerba.....	188
Chapitre 3. Djerba et tourisme international : quelle conjugaison ?.....	189
Section 1. Attractivité et trajectoire d'un territoire.....	191
1.1-....Diversité et attractivité de Djerba	191
1.1.1- Position géographique et administrative	191
1.1.2- Les diversités patrimoniales de l'île.....	193
a. La diversité naturelle.....	193
b. La diversité culturelle	194
1.2-Histoire et économie d'un territoire en crise	196
1.2.1- Trajectoire historique de Djerba.....	196
1.2.2- Economie d'un territoire en crise.....	198
a. Un système productif traditionnel sous tension	198
b. Le commerce, atout de l'activité djerbienne	201
c. Fortes poussées démographiques	202
d. Un marché de l'emploi déprimé.....	203
1.3- Le recours à l'immigration et au tourisme	205
1.3.1- Evolution de la pratique migratoire Djerbienne.....	205
a. La réforme de Ben Salah et les décrets algériens.....	205
b. La conjoncture française	206
c. La planification tunisienne.....	207
d. La mise en place de fonctionnement migratoire djerbien	207
1.3.2- L'ouverture touristique de l'île.....	209
a. Les étapes d'investissement touristique à Djerba	209
b.Rôle des institutions financières dans le secteur touristique	213

c.	Aides fournies par l'Etat au secteur touristique	215
d.	Les conséquences de la politique de développement touristique sur l'île.....	216
Section 2. Le système touristique djerbien : fonctionnement, contraintes et perspectives de développement		229
2.1-	Description de l'activité touristique à Djerba.....	230
2.1.1-	Les clientèles.....	230
a.	Le marché européen.....	231
b.	Marché intérieur.....	233
c.	Le marché maghrébin	233
2.1.2-	Les principaux produits touristiques	234
a.	Tourisme de santé	235
b.	Tourisme culturel	236
c.	Le tourisme de golf.....	237
2.1.3-	L'offre touristique djerbien	237
a.	La domination des tour-opérateurs	238
b.	Les hôteliers tunisiens (les chaînes hôtelières et de luxe).....	242
2.2-	Contraintes et perspectives du développement de l'industrie touristique à Djerba.....	247
2.2.1-	Les Contraintes de développement	247
a.	Une asymétrie d'information favorable aux tour-opérateurs	247
b.	La saisonnalité et ses conséquences sur le tourisme à Djerba	251
2.2.2-	Les perspectives du développement.....	256
a.	Relier Djerba aux régions du Sud et labelliser un produit djerbien	256
b.	Les attentes des clientèles et tendance du marché international	259
Conclusion du chapitre 3		263
Chapitre 4 : Évaluation économique et environnementale de Djerba		266
Section 1. Evaluation économique du tourisme à Djerba.....		268
1.1-	Revue des théories et outils d'analyse du développement des territoires	268
1.1.1-	Les théories du développement inégal.....	268
a.	La théorie de la causalité circulaire et cumulative	268
b.	Les analyses centre-périphérie.....	269
c.	La division spatiale du travail	269
1.1.2-	La théorie du développement endogène.....	270
a.	Le développement local	270
b.	Le développement économique communautaire.....	271
c.	La théorie des milieux innovateurs	271
1.1.3-	La théorie de la base	272

1.1.4- La théorie des pôles de croissance ou de développement.....	273
1.1.5- Le multiplicateur keynésien et l'analyse input-output.....	275
a. Le multiplicateur keynésien, application au tourisme.....	275
b. Les multiplicateurs de l'analyse input-output.....	276
1.2-L'évaluation économique du tourisme à Djerba, méthode et recueil de données	280
1.2.1- Méthodologie d'évaluation	280
1.2.2- Collecte de données	283
1.3-Résultats de l'évaluation.....	285
1.3.1- Evaluation des activités directes	285
a. L'hôtellerie.....	287
b. La restauration	288
c. Les agences de voyages	289
d. Les guides touristiques, activités de promenade et infrastructures de loisirs.....	289
e. Le transport aérien (compagnies aériennes et aéroport)	290
f. Les administrations	290
1.3.2- Evaluation des effets d'entraînement indirects	292
a. Les produits agroalimentaires	295
b. Energie et eau.....	296
c. Autres services	296
1.3.3- Evaluation des effets induits	298
1.3.4- Synthèse et discussion.....	300
Section 2. Tourisme et environnement à Djerba	306
2.1- Etat des lieux de l'environnement à Djerba	307
2.1.1- L'urbanisation	307
2.1.2- L'eau et l'énergie	308
2.1.3- La pollution	309
2.1.4- L'érosion	310
2.2- Les mesures réglementaires prises par l'Etat tunisien.....	312
2.2.1- Définition des instruments réglementaires.....	312
2.2.2- Les dispositifs réglementaires	312
b. L'ANPE.....	314
c. L'AFT	315
d. La DAT	315
2.2.3- Les limites de mesures réglementaires.....	315
a. Au niveau de la planification spatiale et de la protection patrimoniale	315
b. La gestion de l'espace naturel et des zones sensibles.....	316
c. Le régime foncier.....	317

d.	Protection des dunes bordières caractéristiques du paysage djerbien	317
e.	Les aménagements de terrains équipés et la réalisation d'infrastructures	318
2.3-	Les instruments incitatifs marchands	320
2.3.1-	Définition, objectifs et avantages des instruments économiques	320
2.3.2-	Les outils des instruments économiques	322
a.	Impôts et taxes	323
b.	Incitations et accords financiers	323
2.3.3-	Les mesures prises par la Tunisie	326
a.	Impôts et taxes	326
b.	Les incitations financières	327
2.4-	Les instruments volontaires	330
2.4.1-	Les outils	331
a.	Directives et codes de conduite	331
b.	Production des rapports et audits	332
c.	Des audits pour s'assurer de la durabilité des activités	332
d.	Certification volontaire	333
e.	Ecolabel	334
f.	Certification des destinations et des structures d'accueil	336
g.	Contributions volontaires	336
2.4.2-	Les mesures volontaires prises par la Tunisie	339
a.	Audit énergétique sur plan	339
b.	Audit pour les gros consommateurs d'eau	340
c.	Certification volontaire de destination et du produit	341
d.	Système de gestion des déchets en plastiques "Ecolef "	341
e.	Pavillon bleu	342
	Conclusion du chapitre 4	344
	Conclusion générale	346
	Bibliographie	351
	ANNEXES	365
	GLOSSAIRE	390

ملخص الأطروحة

تساهم السياحة بدور هام في الاقتصاد التونسي، إذ تمثل سنة في المائة من الناتج المحلي الإجمالي وتوفر أكثر من 386 ألف فرصة عمل سنة 2009. إلا أن هذا القطاع يواجه اليوم العديد من الصعوبات. تبحث هذه الأطروحة الطرق والسبل لدفع سياسة جديدة للسياحة التونسية وتتمحور في جزئين: أولاً : تشخيص القطاع الذي أظهر معاناة على المستويين الإستراتيجي (ترك التصرف للقطاع الخاص الأمر الذي أدى إلى انخفاض الربح لبعض الفنادق وارتفاع المديونية بسبب ممارسة "التسعير" وروح الأعمال التجارية "العائلية") والنوعي (استنفاد النموذج الفوردي). يناقش هذا البحث قيود التطور للنموذج الفوردي ثم يوضح الحاجة الملحة إلى قراءة جديدة للسوق السياحية لتحقيق أداء اقتصادي مستديم. ويتطلب ذلك تقييماً إقتصادياً وبيئياً. ثانياً: انطلاقاً من إقليم محدد (جزيرة جربة) التفكير في مسارات جديدة للتنمية. ينطوي هذا العمل على مجموعة من المؤشرات ذات الصلة بالجودة الاقتصادية والبيئية من أجل تحسين مردودية القطاع. من الناحية الاقتصادية تقترح الدراسة أسلوباً جديداً لتقييم الأثر الاقتصادي للسياحة في جزيرة جربة بواسطة نظرية جديدة تدعى " الكتلة " منبثقة من نظرية "النمو" أو "التنمية" وتتطلب تحديد الأنشطة المباشرة وغير المباشرة عن طريق المؤشرات هي القيمة المضافة، الربح واليد العاملة. أظهرت هذه الدراسة أن أهم الأنشطة التي تخلق الثروات أو الوظائف هي الفنادق (بالنسبة للأنشطة المباشرة) و منتجي المواد الغذائية، المبيعات الزراعية والسمكية (بالنسبة للأنشطة غير المباشرة). هذه النتائج تساعد الحكومات في وضع برامج ومخططات لتنمية المشاريع السياحية وفقاً لهيكل الاقتصاد المحلي. من الناحية البيئية يسمح هذا التقييم لتحليل الأدوات التنظيمية التي نفذت في جربة ويسعى إلى دمج أدوات جديدة اقترحتها منظمة السياحة العالمية بهدف المحافظة على الثروات الطبيعية للجزيرة والاستجابة لعدة متطلبات بيئية حتى تكون متلائمة مع مبادئ التنمية المستدامة. كلمات البحث : تشخيص القطاع-استنفاد النموذج الفوردي-الأدوات التنظيمية-مبادئ التنمية المستدامة-جزيرة جربة.

Résumé

Le tourisme constitue un poids significatif pour la Tunisie. Ses impacts économiques sur le pays sont considérables (6% du PIB et plus de 386 000 emplois directs et indirects en 2009). Cependant aujourd'hui, ce secteur touristique fait face à de nombreuses difficultés. Cette thèse s'inscrit dans le cadre d'une politique de relance du tourisme en Tunisie. Elle est structurée en deux parties. Dans la première, le diagnostic du tourisme tunisien montre que le secteur souffre à deux niveaux : stratégique (la gestion du secteur est laissée au privé sans intervention de l'Etat, ce qui donne lieu à une faible rentabilité de certains hôtels, un fort endettement à cause de la pratique de prix « moins cher » et l'esprit de l'« affaire familiale ») et qualitatif (l'épuisement du modèle fordiste). La thèse expose les limites d'un fordisme quantitativiste, puis démontre qu'une nouvelle lecture de marché touristique est nécessaire pour réaliser une performance économique durable. Dans cette perspective, la mise en œuvre d'une évaluation économique et environnementale s'impose. Dans la deuxième partie, à partir d'un territoire précis (île de Djerba), il s'agit de réfléchir à des nouvelles trajectoires. Le travail suppose la construction d'indicateurs pertinents de performance économique et environnementale en vue d'améliorer la qualité des méthodologies d'évaluation de la rentabilité du secteur touristique. Au niveau économique, l'étude propose une nouvelle méthode permettant d'apprécier l'impact économique du tourisme sur l'île de Djerba. Cette méthode appelée « méthode de masses », s'inspire de la théorie de la croissance ou du développement. Elle nécessite la détermination des activités directes, indirectes et induites. Les indicateurs mesurés sont : la Valeur Ajoutée (VA), l'Excédent Brut d'Exploitation (EBE) et l'Emploi (E). Les résultats obtenus montrent que les activités directes les plus génératrices de richesse et d'emplois sont l'hôtellerie dans un contexte de tourisme de masse. Pour les activités indirectes, il s'agit de la consommation des produits agroalimentaires, des produits agricoles et de la pêche. La méthode proposée permet de reconstruire une image de la place du tourisme conforme à la structure observée de l'économie locale. Le résultat remet en cause les coefficients multiplicateurs proposés dans les travaux antérieurs.

Ces résultats peuvent constituer une base de réflexion pour le décideur politique relativement aux projets de développement touristique futurs. Au niveau de l'évaluation de l'état de lieux de l'environnement, elle permet au tourisme djerbien de défendre son avenir. Cette évaluation porte aussi sur la dimension environnementale et propose une analyse des instruments réglementaires mis en place à Djerba ainsi que la possibilité d'intégrer les nouveaux instruments proposés par l'Organisation Mondiale du Tourisme dont l'objectif est la recherche d'un développement durable de l'activité touristique qui ne mette pas en péril la richesse naturelle de l'île.

Mots clés : Diagnostic du tourisme tunisien-épuisement du modèle fordiste-méthode de masses-instruments réglementaires-développement durable de l'activité touristique-île de Djerba.

Abstract

Tourism is a significant resource for Tunisia. Its economic impacts on the country are considerable (6% of GDP and over 386 000 direct and indirect jobs in 2009). But today, the tourism sector is facing many difficulties. This thesis is part of a plan to boost tourism in Tunisia. It is structured in two parts. The first diagnosis of the Tunisian tourism sector shows that it suffers on two levels: strategic (management is left to the private sector without government intervention, which leads to low profitability of some hotels, a high debt because of the pricing practice and the family business model) and qualitative (over-reliance on the Fordist model). The thesis discusses the limitations of Fordism quantitative, and demonstrates that a new reading of the tourism market is needed to achieve sustainable economic performance. From this perspective, the implementation of economic and environmental assessments is required. In the second part on the thesis, envisions a new trajectory for a specific territory (Djerba Island), it is to think of new trajectories. The work demands the search of relevant indicators of economic and environmental quality in order to assess the best methodologies to improve the assessment of the profitability of the tourism sector. Economically, the study proposes a new method for assessing the economic impact of tourism on the island of Djerba. This method called "method of the masses", builds on the theory of growth or development. It requires the determination of direct, indirect and induced activities. The indicators measured are: Value Added (VA), Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization (EBITDA) and Employment (E). The results show that the most direct activities that generate wealth and jobs are hotels. For indirect activities, it is the consumption of food products, agricultural products and fisheries. These results may provide a basis upon which for policy-makers may evaluate future tourism development projects. In terms of assessing the importance of the environment, it allows the Djerbian tourism to defend its future. This evaluation will also examine the environmental dimension and provides an analysis of regulatory instruments in place in Djerba and seeks to integrate new instruments proposed by the World Tourism Organization which objective is to search for sustainable development of tourism activity to conserve the natural wealth of the island.

Key words: Diagnosis of the Tunisian tourism-over-reliance on the Fordist model-method of the masses-regulatory instruments-sustainable development of tourism-the island of Djerba.